revista del
consumidor
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR • No. 170 • ABRIL DE 1991, MEXICO. EJEMPLAR 2,500 PESOS
PRECIO PACTO

En calidad

¿Quién es quién en videojuegos?

Pruebas de calidad

Las mejores marcas de material eléctrico

Qué hay detrás de...

Gimnasios para mujeres

PRUEBAS DE CALIDAD MATERIAL ELECTRICO

7 509997 078342 04

BUZON DEL CONSUMIDOR
Sí hay medias
Nuevo colaborador
Más sobre herbolaria
2

TEMA DEL MES
Quién es quién en videojuegos
4

LA ENTREVISTA DEL MES
Los niños y la televisión
7

EL CONSUMO EN LOS ESTADOS
Entre chorizos te veas
10

LOS SERVICIOS Y EL CONSUMIDOR
Gimnasios para mujeres
14

QUE HAY DETRAS DE...
Cómo conservar los discos
17

Cálculos en los bolsillos
19

SALUD
Así se evitan los accidentes
22

PRUEBAS DE CALIDAD
Material eléctrico
1

La mejor alimentación para el escolar
25

Mitos y realidades de la fiebre reumática
28

NUEVAS TECNOLOGIAS
Para ahorrar mucha agua
30

DELEGACIONES DEL INCO
46

PARA AHORRAR MILES DE PESOS
48

CAMPAÑAS DEL INCO
Para ahorrar energía eléctrica
32

LOS SERVICIOS Y EL CONSUMIDOR
Que no le chupen la sangre
34

NUEVAS TECNOLOGIAS
Nuevo sistema para clasificar productos
36

LA PUBLICIDAD Y USTED
¿Bombas en la azotea?
38

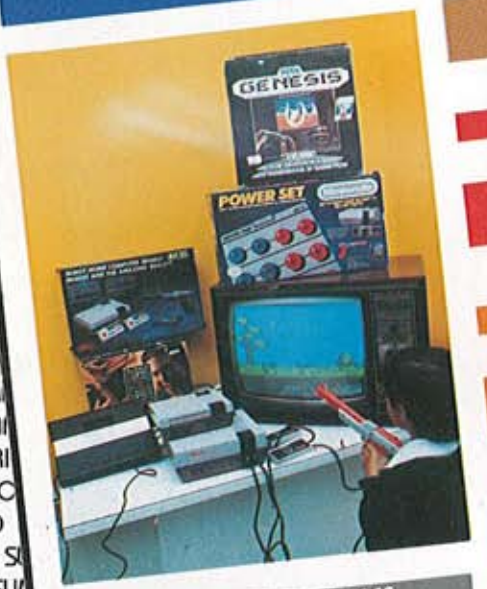
CRONICAS DE CONSUMO
Los trajineras en el Valle de México
41

LIBROS DEL CONSUMIDOR
La medicina está enferma
42

NOTI-INCO
43

IOCU-INFORMA
44

DE TODO COMO EN BOTICA
45



EDITORIAL

Los consumidores ante el libre comercio

Durante la celebración del decimo quince aniversario del Instituto Nacional del Consumidor, el presidente de México, Carlos Salinas de Gortari, enfatizó la necesidad de intensificar la protección a los consumidores ante la próxima firma del Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos.

Precisamente una de las líneas de investigación que el INCO ha profundizado, desde la apertura comercial, se refiere al análisis de la calidad de productos extranjeros que se ofrecen al consumidor en el mercado nacional.

El ingreso al país de artículos extranjeros no es nuevo; sin embargo, el consumidor se encontraba prácticamente desamparado en virtud de que dichos productos penetraban ilegalmente en nuestra frontera y, en caso de que resultaran deficientes, no había forma de reclamar o exigir su reposición.

En muchas ocasiones, los productos que ingresaban por contrabando eran saldos o artículos que no cumplían con las normas de calidad vigentes en sus países de origen, eran enviados ilegalmente a nuestro mercado.

En esos tiempos se hizo famosa la frase de "No compre riesgos. Lo hecho en México está bien hecho".

En otras ocasiones, cuando los productos extranjeros ingresaban legalmente al país, en vista de los altos aranceles con que eran gravados, resultaban caros para el consumidor mexicano.

Actualmente, con la apertura comercial de nuestro país, se ha ampliado para el consumidor el abánico de opciones de compra. Con base en los análisis de calidad que ha realizado el INCO y que hemos difundido en estas páginas, podemos afirmar que, sin que parezca una verdad de perogrullo, ni todos los productos extranjeros son de mala calidad, ni todos los nacionales son excelentes. Depende del tipo de producto de que se trate. Ante las nuevas realidades comerciales, cobra relevancia consultar las pruebas de calidad de productos del INCO. Sin duda un consumidor informado tiene mejores posibilidades de elegir aquéllos productos que más se ajustan a sus necesidades.

revista del consumidor

Directora:
Margarita Ortega Villa de Romo

Editor: Marco Antonio López Gallo; Subdirector de Publicaciones: Oscar Romero Rojas; Jefe del Departamento Editorial: Carlo López Arjona; Jefe de Información: Juan Pedro Labastida; Jefa de Redacción: Dora Torres Ponce; Reporteros: Amalia Beltrán, Patricia Briseño, Sandra García, Graciela Muñoz, Miguel Prieto, Guillermo Torales, Rodolfo Valadez; Corrección: Regina Cohen Alfie.

Jefe del Depto. de Diseño: Alejandro Lobato R.; Coordinación de Diseño: Dolores Ramírez; Diseñadores: Francisco Alatriste, Pedro Castellanos, Víctor Gutiérrez, Francisco Hernández, Mónica Iglesias, Fernando Rodríguez; Apoyo Informático: Sandra Salgado, Ma. del Rosario Maturin; Tipografía: Ana S. Chio, Elisa Márquez; Fotógrafos: Raquel Chávez, Gilberto García, Felipe Ramírez, Patricia Aridjis.

Ilustradores: Alfonso Orvañanos, Pedro Zamora, Víctor Gatell e Ismael García.

Apoyo de los Departamentos: Bioquímica, Ingeniería, Estudios Económicos, Análisis sobre Comunicación, Encuestas sobre el Consumo, Documentación e Información, Educación para el Consumo, Derechos del Consumidor; Operación, Información y Orientación Directa e Investigación de Precios.

Teléfono de la revista: 559-73-77 exts. 262 ó 263. Para correspondencia, diríjase al editor de la Revista del Consumidor, en Insurgentes Sur núm. 1228, 5o. piso, c.p. 03210, o al A.P. 20600, México, D.F.

INSTITUTO NACIONAL
DEL CONSUMIDOR

Directora General:
Margarita Ortega Villa de Romo

Direcciones: Investigación, Antonio Meza; Desarrollo Regional, Lamberto López; Extensión, Víctor M. Priego; Administración y Finanzas, Elvia Torres V.; Radio y Televisión, Martha Susana Ruíz; Difusión, Marco Antonio López Gallo; Planeación, Narciso Acevedo Valenzuela; Subdirección de Divulgación, Ma. Teresa Chávez; Subdirección de Publicaciones, Oscar Romero Rojas; Contraloría Interna, Elizabeth Huerta; Asesor Legal, César Garizurieta V.

Sí hay medias

Revista del Consumidor:

El motivo de la presente es dar una respuesta al comentario que apareció en esta revista durante el mes de julio de 1990, en el sentido de que varios tipos de medias de nuestra marca estaban descontinuados.

Hacemos partícipes a todos los consumidores de que **Cannon Mills** reanudó su producción de los modelos *Dorian Grey Ultra* y *Dorian Grey Maternal*, los cuales ya están a la venta en algunas tiendas de autoservicio y departamentales.

Asimismo, les notificamos que pronto alcanzaremos los niveles de producción adecuados que nos permitan llevar a cabo la distribución que requieren todas las cadenas de comercialización..

Agradeciendo de antemano la atención prestada y convencido de que esta información servirá para que continúen su labor de orientación al consumidor, quedo a sus órdenes.

Atentamente
Roberto Dávila Sotelo
Gerente de Ventas
Cannon Mills
Vía Gustavo Baz núm.104
Naucalpan, Estado de México
c.p. 53370

Nuevo colaborador

Revista del Consumidor:

Les escribo para felicitarlos por esta magnífica revista y por su noble labor en apoyo a la comunidad consumidora.

Soy profesor de educación primaria, conductor de un programa infantil de televisión cuyo nombre es "El programa del saber" -del canal 10 de Coahuila- y pasante de la Universidad Pedagógica Nacional.

Para obtener el título de licenciado en Educación Básica es requisito elaborar una propuesta pedagógica o tesis sobre algún problema de educación. Mi propuesta busca utilizar a la televisión como apoyo en la educación media. Al adentrarme en este tema, he encontrado en diversos anuncios comerciales datos insospechados e increíbles respecto a la manipulación, enajenación y sometimiento de la mente del televidente, todo con el despreciable fin de fomentar el consumismo.

Por lo anterior me interesaría colaborar de algún modo con ustedes en este aspecto. Quiero saber cuáles son los pasos a seguir para formar parte de este honorable y altruista equipo.

Esperando su amable respuesta, se despide atentamente.

Prof. Jesús Gauna Márquez
Av. América 359
Colonia Francisco Sarabia
Sabinas, Coahuila
c.p. 26760

Profesor Gauna Márquez:

Agradeciendo la felicitación, queremos comentarle que, como lector de la revista, usted ya forma parte de este equipo, donde los propios consumidores son nuestros mejores "reporteros". Asimismo, si su interés es aportar a esta publicación algún artículo donde se analice en forma específica el uso de la publicidad televisiva en el fomento de hábitos consumistas, nuestras páginas están siempre abiertas a toda colaboración; bastará con enviárnosla por correo a la Dirección de Difusión del Instituto Nacional del Consumidor, Avenida Insurgentes Sur núm. 1228, colonia Tlacoquemécatl del Valle, México, D. F. c.p. 03210.

Más sobre herbolaria

Revista del Consumidor:

Tengo suscripción a la **Revista del Consumidor** y he leído con sumo interés sus reportajes, mismos que me parecen de buen nivel, versátiles, objetivos y concretos, aunque quizá en algunas ocasiones desearía mayor profundización.

Por otra parte, quisiera comentarles lo siguiente:

Desde hace tiempo realizo un reportaje sobre la efectividad de nuestra antigua medicina, la herbolaria; ¿qué les parecería la elaboración de un reportaje sobre los tés? concretamente sobre la calidad, efectividad y autenticidad de los que se ofrecen comercialmente, como **Therbal, Anáhuac**, y **La Pastora**; pero en general me gustaría que fuera sobre los tés que se venden en tiendas naturistas.

Creo que es muy importante contar con una investigación de este tipo; cierto es que existe información sobre el tema, pero también es importante verlo a la luz de la **Revista del Consumidor** y bajo la pauta de ustedes. En lo personal es muy importante para mí, ya que realizo estudios en este campo.

Herbolaria, próximo reportaje.

Espero su pronta respuesta, gracias.

Atentamente
J. Angel Ledesma S.
Jacarandas núm. 17
Colonia Vergel de Coapa
México, D.F.
c.p. 14320

Estimado señor Ledesma:

Agradecemos sinceramente sus amables comentarios para nuestra revista y le informamos que ya tomamos nota de sus sugerencias para realizar un estudio de calidad en torno a los tés que se ofrecen en el mercado. Asimismo, le adelantamos que el tema de la herbolaria mexicana se encuentra incluido en nuestro temario de este año, por lo cual elaboraremos en fecha próxima un reportaje al respecto que esperamos sea de su interés.

Los videojuegos: cada vez más marcas, cada vez más cotidianos.

QUIEN ES QUIEN EN VIDEOJUEGOS

Inevitablemente, los juguetes artesanales y tradicionales son desplazados por otros modernos y complejos de manufactura extranjera, como en el caso de los videojuegos caseros que últimamente han invadido el mercado nacional.

Estos productos electrónicos requieren de accesorios para que el juego pueda llevarse a cabo, concretamente de cartuchos y del televisor, el cual se utiliza como monitor para conectar las consolas que alojan a los circuitos y casetes.

Originalmente, dichos artículos aparecieron en Estados Unidos en la década de los setenta; la fiebre por los videojuegos comenzó a expandirse en todos los países hasta llegar al nuestro y, en la actualidad, la videomanía está en su apogeo.

El INCO los analiza

Con la finalidad de proporcionar a los posibles compradores de estos videojuegos elementos suficientes para una buena adquisición, el instituto realizó un estudio comparativo de dichos aparatos. Se analizaron las marcas con mayor presencia comercial en el mercado nacional, las cuales fueron: **Nasa Ns-81, NecTurbo Grafx 16, Sega Génesis, Nintendo Power Set y Atari 7800.**

Entre las pruebas que realizaron nuestros expertos destacan las siguientes: información al consumidor, contenido, acabados, pruebas eléctricas, tensión de alimentación nominal, consumo de energía, canales en que operan, comportamiento a la variación de voltaje, efecto de la temperatura, prueba de funcionamiento, verificación de conectores, prueba de vida útil, instructivo y garantía.

Una vez realizadas las pruebas de laboratorio, se le asignó a cada característica un valor numérico con base en su importancia. La suma de cada uno de estos valores expresa la evaluación global de calidad que obtuvo el producto, en una escala de cero a 100 puntos. La muestra que no alcanzó un valor global de 60 puntos fue considerada como no recomendable para el consumidor, independientemente de su precio.

El mejor y el peor

De acuerdo con las calificaciones de nuestros especialistas, y sin que parezca comercial, la marca que obtuvo mayor puntuación fue **Nintendo Power Set** (97); muy cerca estuvo **Sega Génesis**, con 96 puntos; posteriormente se ubicó la marca **Atari 7800**, con 92 puntos; las puntuaciones bajas correspondieron a **Nasa Ns-81 y Nec Turbo Grafx 16**, con 76 puntos cada una.

Cabe señalar que la mayoría de las marcas tenían instructivos claros, legibles y comprensibles en idioma español, a excepción de la marca **Nec Turbo Grafx 16**, que lo incluye, pero en idioma inglés, lo cual viola el artículo 7 de la Ley

Federal de Protección al Consumidor y, por otra parte, dificulta la correcta interpretación de las indicaciones, por lo que puede darse el caso de una mala instalación y daño del videojuego o aparato televisor.

En lo que concierne a la prueba de comportamiento a las variaciones de voltaje, sólo **Nasa Ns-81** presentó distorsiones en imagen, colores y audio; el resto operó eficientemente.

¡Cuidado! No hay que abusar del tiempo dedicado al videojuego.

Con respecto a la garantía, las marcas que ofrecían cobertura fueron **Sega Génesis** y **Nintendo Power Set**, con un año. **Nasa Ns-81** y **Atari 7800** ofrecían garantía por tres meses. En estas cuatro marcas la garantía puede hacerse válida en la República Mexicana, lo que no sucede con **Nec Turbo Grafx 16**, que la ofrece durante tres meses y puede hacerse efectiva sólo en Estados Unidos, con lo cual contraviene lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, además de lesionar su economía en caso de descompostura.

En cuanto a los precios, a continuación se incluyen las cantidades vigentes en enero de 1991, que publicamos sólo como referencia.

- **Nasa Ns-81**: 349 mil pesos.
- **Nec Turbo Grafx 16**: 999 mil pesos.
- **Sega Génesis**: un millón 230 mil pesos.
- **Nintendo Power Set**: 705 mil pesos.
- **Atari 7800**: 361 mil pesos.

No obstante, recuerde que antes de comprar más vale comparar.

Recomendaciones

- Evite que los niños jueguen por periodos muy largos y a corta distancia del televisor, ya que puede ocasionarles daños a la vista, además de provocarles una especie de adicción psicológica dañina.
- Antes de adquirir un videojuego recuerde que los gastos no terminan ahí, puesto que se requiere una serie de accesorios, como los cartuchos de juego, lo cual incrementa el precio total del juguete.
- Cuando compre un juego de video es importante que solicite al vendedor que le detalle las características, tales como: edad del niño para la cual se recomienda, contenido de piezas, manual de instalación y operación (en español), el número de juegos que contiene el cartu-

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D. F.

EL PORTE SERA PAGADO POR

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
ADMINISTRACIÓN DE CORREOS No. 44
C P 03100 MÉXICO, D. F.

CORRESPONDENCIA CON DERECHOS
POR COBRAR SOLAMENTE
SERVICIO NACIONAL
SUPERFICIE

DOBLE ENGOME Y PEGUE
DOBLE ENGOME Y PEGUE
DOBLE ENGOME Y PEGUE

revista del consumidor

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE
NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES

NOMBRE _____
DIRECCIÓN _____
COLONIA _____ CP _____ TELÉFONO _____
DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____
ESTADO _____

SUSCRIPCIÓN NUEVA ☐ RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIONES ☐

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO $ 25 000.00 (VEINTICINCO MIL PESOS)
POR UN SEMESTRE $ 12 500.00 (DOCE MIL QUINIENTOS PESOS) ☐☐ A NOMBRE DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

FORMA DE PAGO

GIRO POSTAL ☐ o CHEQUE ☐ No. _____

ACLARACIONES: TELÉFONO 598-57-81, O ACUDA DIRECTAMENTE A PERUGINO NÚM. 18 COLONIA NOCHE BUENA, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D.F. C.P. 03740.

TARIFA PROMOCIONAL
VIGENTE PARA 1991

¡Aproveche! reciba 12 y pague 10

12 REVISTAS X
25 MIL PESOS

INSERTE AQUÍ SU
FORMA DE PAGO

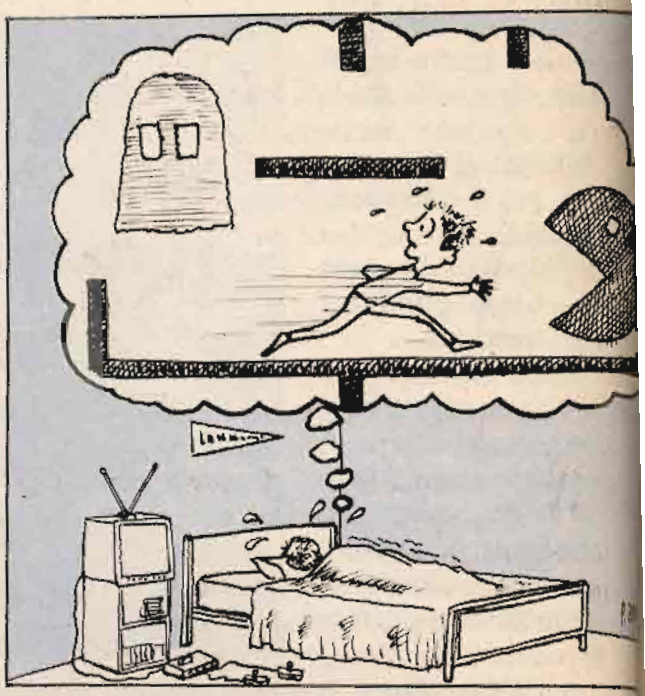
cho, así como los accesorios que debe adquirir.

■ Verifique el contenido de piezas señaladas en la caja, de ser posible, antes de salir de la tienda. Si están incompletas reclame de inmediato y solicite el cambio.

■ Es conveniente preguntar al vendedor la compatibilidad entre las diferentes marcas y aun entre los diferentes modelos de cartuchos de juego.

■ Infórmese sobre la garantía. Si es posible, que le señalen las condiciones y su vigencia. Guarde su nota y boleto de compra para cualquier aclaración.

■ Prefiera cartuchos de juego que sean de tipo deportivo y educativo; evite los que llevan mensajes de violencia.



Cómo usar los videojuegos

■ Es de suma importancia leer las instrucciones del manual de operación antes de iniciar su manejo.

■ No permita que los niños realicen las conexiones desde un principio, sino hasta que usted esté seguro que lo pueden hacer de manera correcta.

■ Ya que ha sido instalado el sistema de juego de video, verifique que la consola esté apagada al introducir en ella el cartucho de juego, pues puede ocasionar problemas serios en el sistema.

■ Cuando terminen de jugar, tome la precaución de no extraer el cartucho de juego si el sistema no está totalmente apagado.

Conservación

■ Procure guardar siempre todas las piezas en la caja.

■ Asigne un espacio determinado al juguete, de preferencia un lugar fresco, seco y alejado de los rayos solares.

■ No coloque recipientes con líquidos encima del equipo o aparato de video, porque al caerse sobre él lo dañarían.

■ Evite colocar cosas pesadas sobre la caja que contiene el juego, ya que puede ocasionar que ésta se rompa y dañar el equipo.

■ Siga estrictamente las instrucciones de manejo.

Amalia Beltrán

Fuente: Dirección de Investigación, INCO.

Tania al micrófono

Los niños y la televisión

Nadie puede negar la enorme presencia que tiene la televisión dentro de la sociedad, especialmente entre la niñez. La importancia e influencia de este medio de comunicación se refleja, en parte, en las conductas y hábitos de consumo que crea y fomenta entre el teleauditorio, donde los niños ocupan un lugar primordial.

En México, dentro de la gama de programas televisivos destinados al público infantil, existen emisiones opcionales de educación y entretenimiento integradas en la barra infantil de Canal 11, donde, curiosamente, uno de los programas tiene como conductora a una pequeña llamada Tania Melgarejo.

El Congreso de los Niños

A pesar de su corta edad -15 años apenas- Tania muestra una gran seguridad y madurez al charlar con la **Revista del Consumidor** en torno al tema de los niños y la televisión.

Tania se integró al equipo de Canal 11 en 1990. Comenzó a participar como invitada en el programa **El Congreso de los Niños** con el tema "El desempleo en México"; gracias a su acertado desenvolvimiento frente a las cámaras y a su vivacidad, la invitaron a hacerse cargo de la conducción del mismo.

Uno de los propósitos de la barra infantil de Canal 11 es lograr la participación de los niños; no sólo como espectadores sino como voceros de sus propias inquietudes.

Nuestra entrevistada opina que, "a una persona adulta le debe resultar más difícil conducir un programa infantil; porque el sentimiento y la visión no son los mismos de un niño. Al ser conducido por pequeños, los televidentes entienden más a fondo el programa y la problemática en que vivimos; al tener su misma edad, comprendo y obtengo mayor provecho de las experiencias que me comunican; más del que pudieran obtener conductores adultos".

Unica motivación: propagar los derechos de los niños

En la soledad de un estudio de televisión, Tania Melgarejo reflexiona, y al hacerlo su vista se pierde en el escenario mientras busca las ideas adecuadas:

"Desde que me inicié como conductora de televisión, mi motivación principal fue que todo el mundo, fundamentalmente los niños, se enteraran que tienen derechos, derechos que fueron concebidos para protegerlos. Mi interés, desde entonces, ha sido que la niñez los conozca y los haga respetar.

"Es así como enfoco estas preocupaciones, para que el público infantil participe con su opinión y juntos empecemos a lograr algo. Por que no es únicamente el hecho de conducir un programa de televisión; no importa que nuestro mensaje llegue sólo a cinco niños; ellos, poste-

Tania, una joven conductora de TV.

riormente, serán voceros de sus derechos y se los comunicarán a otros, quienes tarde o temprano harán que se respeten."

Tania insiste en que lo fundamental no es sólo que los niños participen en su programa sino que se manifiesten al interior de la familia, la escuela y la sociedad.

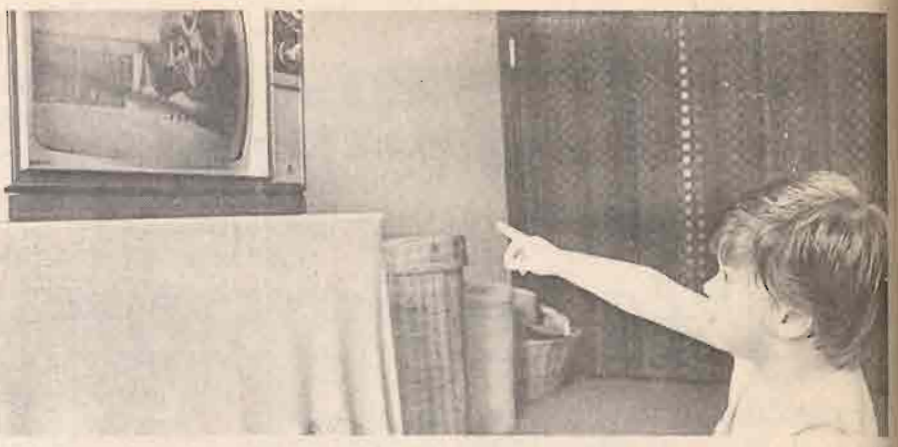
"Por ejemplo, el 14 de enero se trató el tema de la guerra y la paz, lo cual fue muy oportuno por los acontecimientòs en el Golfo Pérsico. En ese programa se propuso realizar un mitin en el Zócalo de la ciudad de México; se mandaron cartas a las embajadas de los respectivos países en conflicto y se recolectaron víveres para los damnificados de la guerra. Estas acciones demuestran que existe un interés de los niños por participar en el programa y fuera de él."

Belicidad en la televisión

Al tocar el tema de la guerra en el Golfo Pérsico, Tania se emociona y expone su opinión respecto al papel que ha jugado el lenguaje bélico de la televisión en los niños.

"Siento que existe una exageración de los medios de comunicación, en concreto de la televisión, al mostrar escenas de violencia y guerra las 24 horas del día y esto, como dice la cantante Amparo Ochoa, 'sólo nos despierta el instinto animal', sin contar con las caricaturas violentas que tienen una influencia negativa y que ni siquiera son agradables. El niño termina por considerar la violencia como único medio para resolver ciertas diferencias.

"Este conflicto proporciona una lección a los niños: que las personas involucradas y responsables del mismo, son gente enferma; que no tiene amor a su pueblo ni a los niños; preocupados por su bienestar y por el poder.



Que los niños se expresen sobre los programas de TV.

"Los niños, por nuestra parte, debemos estar atentos a lo que ocurre y pedirles a nuestros padres que nos ayuden a comprender y analizar las cosas como realmente son y no como nos las pintan".

Niños y medios de comunicación

"Hay que abrir espacios para que los niños hablen, opinen y digan lo que realmente piensan y sienten; pero, si por el contrario, los ocupan para transmitir caricaturas bélicas y violentas, de muerte y sangre, de robots y tortugas que ni siquiera existen, es difícil que haya una alternativa concreta para los niños.

"El Canal 11 otorga dos horas y media a la barra infantil con una serie de programas que a la vez que entretienen, educan. Por eso es importante para nosotros los niños, que nos brinden la oportunidad de integrarnos a este medio de comunicación para saber aprovechar estos pocos espacios con programas que, en verdad, dejen algo y que nos gusten".

Un breve silencio sirve para preguntar a nuestra entrevistada la di-

ferencia entre la barra infantil de Canal 11 y la televisión privada.

"La barra infantil del 11 tiene programas donde se discuten los problemas ecológicos, los derechos humanos, la guerra y la paz, por mencionar algunos, con base en una estructura bien definida en la que concurren los aspectos individuales de los niños, la familia, la escuela y la sociedad.

"En lo que respecta a los otros canales, reconozco que no sé con detalle cuáles son sus proyectos, pero por lo que puedo observar como televidente no existe ninguno.

"A pesar de los escasos recursos de producción de Canal 11, creo que estamos realizando una buena labor entre el público infantil, en comparación a la barra infantil de otros canales, y ése es un punto a nuestro favor; tenemos pocos recursos económicos pero sí hay inteligencia y muchas ganas de ofrecer algo con un sentido educativo, además de entretenimiento a la niñez".

Reflexionar es la respuesta

A pesar de que casi llegamos al final de la conversación, no decae el ánimo de nuestra entrevistada; sus manos, mariposas en movimiento y la sonrisa en sus labios así lo indican:

"Un mensaje que desearía enviar a los lectores de la **Revista del Consumidor**: no nos convirtamos en gente mediocre. Hay que reflexionar acerca de lo que nos ofrecen en la televisión; estos momentos de cambios y ajustes mundiales así lo requieren.

"Además, hay que cuestionar el espíritu consumista que a diario nos fomenta la televisión. A nosotros, como niños, nos corresponde reflexionar sobre qué es lo que queremos, qué necesitamos y qué necesita el país.

Cuestionar el espíritu consumista de la TV', propone Tania.

"Ya no hay tiempo; todo se nos viene encima tanto a los **chavos** como a los mayores. Es el momento de concientizarnos y ver lo que ocurre a nuestro alrededor".

Reflexiva, Tania Melgarejo piensa continuar en la **onda** de la comunicación, y su propósito para el futuro es convertirse en escritora, sin descuidar la televisión.

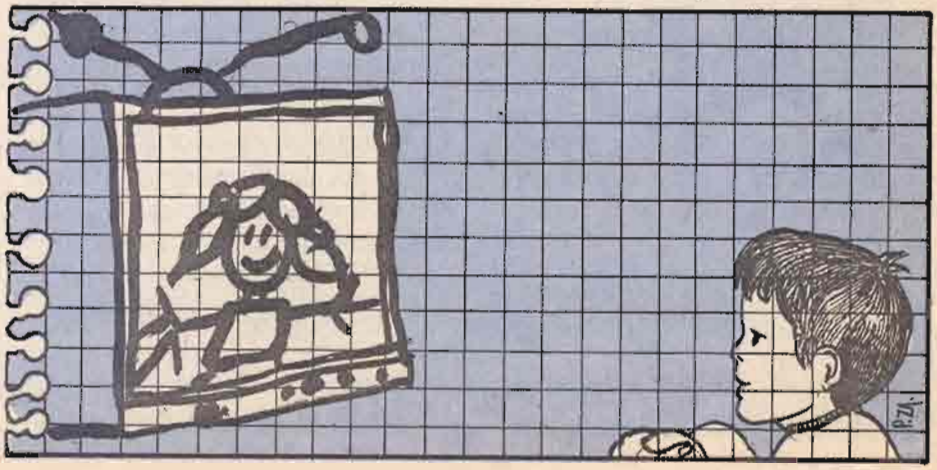
"También me interesa la incorporación de la mujer en todas las actividades de la sociedad. Actualmente, estoy armando un proyecto de revista que sirva para concientizar a la mujer y, principalmente, a las **chavas**. Se oye hablar de grupos feministas pero de personas ya mayores, y creo que la labor empieza desde que uno es adolescente".

Tania finaliza con la constante expresada a lo largo de la entrevista: su preocupación por abrir espacios a los niños y jóvenes.

"Además de la revista exclusivamente para **chavas**, también tengo un proyecto de publicación de índole literaria, para que los adolescentes expresen sus inquietudes e ideas; 'Vida de cuadritos' es el nombre que he pensado ponerle".

Convencida y espontánea, Tania concluye: "Siento que con la participación de los niños en los medios de comunicación, se podría hacer algo por la niñez; y si lo que proponemos en la barra infantil de Canal 11 llega a personas con influencia sobre los niños como educadores y padres de familia, creo que estaremos recompensados".

Miguel Prieto Martínez



Tradición y consumo en el Estado de México

ENTRE CHORIZOS TE VEAS

Desierto Metepec, yerma Toluca.
-moderna Extremadura a España Nueva-
Lloraron, imitando ondas al Nilo,
las sartas de chorizos, hilo a hilo.
Fray José Gil Ramírez

¿Quién que haya ido a Toluca no ha saboreado, aunque sea con la vista, los aromáticos y multicolores chorizos que cuelgan en hilos sobre los mostradores de carnicerías, mercados, plazas y tiendas de Los Portales? La fama choricera de los toluqueños es bien conocida, tanto, que este embutido es considerado como un producto típico y distintivo de esa ciudad.

Un chorizo de historia

Este alimento se conoce desde la época colonial. El profesor Alfonso Sánchez García, cronista de la ciudad de Toluca, narra en su libro "Toluca del chorizo" que desde el siglo XVII la fama de los chorizos era conocida internacionalmente.

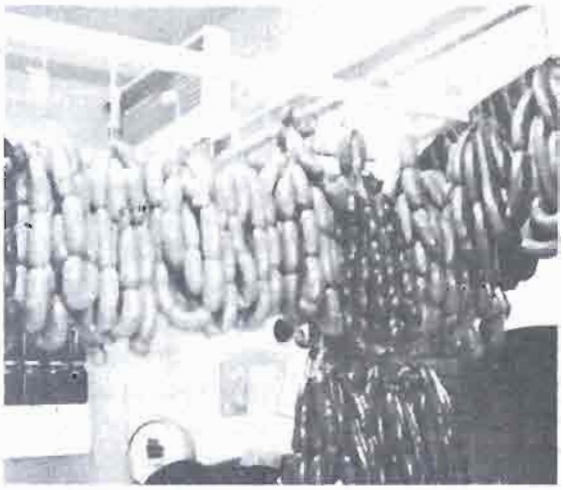
De acuerdo con el profesor Sánchez García, el chorizo es un derivado de la salchicha romana, que era un embutido relleno de papa y carne de res. Al adoptarla, los españoles le quitaron la papa y cambiaron la carne de res por carne de cerdo bien molida y condimentada.

Esta nueva variedad sufrió más modificaciones al llegar a México: el producto nacional se asemejaba en su forma al español pero su sabor era totalmente distinto, debido al chile, las yerbas de olor, el jengibre y "el cuidadoso proceso, la observancia de ciertas reglas, de pequeños detalles de sazón, etcétera; que constituyen la aportación artística de los cocineros toluqueños" a la cultura del chorizo.

Chorizo en todas sus partes

En Toluca, muchos habitantes elaboran este embutido; sin embargo, hay de chorizos a chorizos, aunque se llamen igual o la técnica de elaboración sea parecida. En este sentido, el profesor Sánchez explica:

En Toluca se venden variedades de chorizos para todos los gustos: para la clientela sin pretensiones; tipo comercial, para el turista; producto especial para los conocedores, y hasta pedidos por encargo, para los más exigentes paladares.



En chorizos: tres colores, muchos sabores.

Por su parte, el señor Rafael Figueroa, carnicero y dueño del expendio considerado como uno de los más tradicionales de Toluca, ubicado en la calle Morelos Oriente, comenta a la **Revista del Consumidor:**

"Los sabores varían porque cada persona tiene una manera especial de preparar este alimento; no hay receta o procedimiento que diga cómo hacerlo.

Pero, entonces, el consumidor se preguntará ¿cuál es el mejor chorizo, cómo se le identifica? Los expertos, químicos, carniceros y hasta los inspectores de la Secretaría de Salud estatal coinciden al responder: la carne es el ingrediente principal.

Los ingredientes del chorizo

La carne debe ser de primera, afirma el señor Figueroa, lomo y pierna, porque el chorizo es un producto fino. Además, subraya el químico Felipe Cuenca Mendoza, investigador de la Universidad Autó-

noma del Estado de México, los porcentajes de esta carne serán la clave de la calidad del producto.

Generalmente, especifica el investigador, el chorizo comercial contiene 50 por ciento de carne y 50 por ciento de grasa, pero el buen chorizo está formado por alrededor de 70 por ciento de carne y 30 por ciento de grasa.

Asimismo, el tipo de carne es, junto con algunos ingredientes de aderezo, el que dará nombre a los chorizos. De esta manera, señala el químico Cuenca Mendoza, existen diferentes tipos de chorizo.

La ruta del chorizo

La venta de este producto comienza desde la autopista México-Toluca; los primeros puestos se descubren en sitios cercanos a La Marquesa y El Desierto de los Leones, como indicio de una ruta adornada de principio a fin con hileras de chorizos verdes, marrón y completamente rojos, algunos de ellos fabricados por los mismos vendedores y otros salidos de modernas empacadoras.

En los puestos, el viajero puede apreciar a infinidad de visitantes que saborean el taco de chorizo, las gorditas o los tlacoyos, combinados también con el regional producto.

En algunos poblados donde existen plazas importantes, el chorizo forma parte esencial del paisaje y de los olores característicos de la región. Así, puede apreciarse este alimento entre jarros y cazuelas en Metepec; bolsas y zapatos en San Mateo Atenco; rebozos, suéteres y productos de lana en Santiago Tianguistengo; o entre carros, animales, y aun como factor de trueque (intercambio de mercancía) en Puente de San Bernabé.

Ya en la ciudad de Toluca, el picoso aroma del chorizo se percibe al pasar por los mercados y torterías de Los Portales. El turista encuentra allí el deseado producto que, aseguran algunos visitantes, tiene un sabor distinto al del elaborado por las empacadoras. Según ellos, el chorizo industrializado sabe más a harina, menos a carne y tiene más grasa, mientras que el tradicional sabe a carne y es más concentrado.

Paradójicamente, la mayoría de las torterías del centro de Toluca trabajan con chorizo elaborado en empacadoras; esto afirman varios vendedores entrevistados por la **Revista del Consumidor**. La diferencia entre uno y otro es el color; mientras el producto industrializado es rojo púrpura o muy brillante, el tradicional es oscuro o marrón debido al chile guajillo que se le agrega.

Chorizos comemos calidades no sabemos

En general, la calidad sanitaria de los chorizos oriundos de la ciudad de Toluca y otras localidades mexiquenses, tanto los artesanales como los elaborados en empacadora, es aceptable, ello en beneficio del consumidor.

Un taco de chorizo

En Toluca del chorizo, se pueden encontrar diversos tipos de este producto; entre los más conocidos están:

- **Chorizo artesanal**: Se elabora con carne y grasa de puerco molidas y mezcladas con pimienta, clavo, jengibre, comino, hierbas de olor, semillas de cilantro y vinagre, además de chile guajillo.
- **Chorizo almendrado**: Con sabor dulce, debido a que se le agregan, además de los ingredientes anteriores, pasas, piñones, almendras y nuez moscada.
- **Chorizo zamorano**: Además de la carne de puerco, se adiciona con carne de res y de carnero. Este tipo de producto es magro.
- **Chorizo especial**: Es el de los conocedores y lleva cabeza de cerdo.
- **Chorizo tipo español**: Con carne de res y cerdo, lengua, corazones, grasa de puerco y pimentón español.
- **Chorizo toluco**: Es el tradicional, el más fino y menos vendido; casi siempre es "de encargo". Sus ingredientes son: carne de cerdo y res, piñones en cantidad generosa, pasas, almendras, pimentón, azúcar, orégano y hierbas de olor. Todo perfectamente molido y mezclado con vino blanco (en el cual se pone a macerar antes de embutirse).

También puede encontrarse el **chorizo verde**, que es originario de la población de Miltepec, pueblo cercano a Toluca, aunque se vende en toda la región. Este tipo de chorizo no es muy popular entre la población consumidora.

Cabe mencionar que este chorizo grisáceo es tan delicioso como el chorizo rojo, incluso su manejo es más delicado por la salsa de tomate. Su tono verde se debe a que sus principales ingredientes son: chile verde, poblano o serrano; pepita de calabaza, pipián o salsa de tomate.

El doctor Raúl Rodríguez Miranda, subdirector de Regulación Sanitaria de la Secretaría de Salud de la entidad, explica:

"Mantenemos una estricta supervisión desde la materia prima, que es la carne, verificando que sea de buena calidad; investigamos su origen porque en algunas ocasiones, se ha detectado la utilización de carne de dudoso origen que puede poner en riesgo la salud del consumidor.

"Esta supervisión comienza en los rastros, donde se asegura la calidad de la carne; prosigue con la verificación de la higiene en los procesos de elaboración, ya sea en las empacadoras o en las carnicerías, a las que se hacen visitas de inspección para cerciorarnos de que la carne que utilizan esté en buen estado".

Además de llevar un control sobre el origen de la carne y de su calidad, se comprueba que el producto no registre la presencia de parásitos como cisticerco o triquina, o alguna bacteria de origen fecal, en porcentajes no permitidos por la Secretaría, por medio de muestras de laboratorio.

También se vigila que el chorizo no esté adulterado. En este aspecto, se cuidan, en especial, los porcentajes de conservadores, sobre todo de nitritos, pues existe el riesgo de que el chorizo contenga cantidades mayores a las permitidas.

El precio del chorizo no está sujeto a regulación o control alguno, debido, en parte, a que los comerciantes no están agrupados en alguna asociación y a que la calidad del producto varía.

Así, es el comerciante quien decide el precio de su producto con base en un criterio personal. En promedio, en los tianguis y mercados, se pagan 16 mil pesos por un kilo de chorizo comercial; 26 mil por el almendrado; el chorizo más barato se cotiza en 12 mil pesos el kilogramo.

Longaniza frente a chorizo

Para los consumidores no especializados resultará un poco extraño ver juntos a la longaniza y al chorizo y, tal vez, se pregunten para qué tomarse la molestia de amarrar este último si es igual al desatado; por qué dos nombres para el mismo producto.

Originalmente, el chorizo y la longaniza no eran lo mismo, aunque muchos carniceros digan que la diferencia es sólo el amarre. Los tocineros Juan García, del poblado de Miltepec (donde todavía se produce el chorizo tradicional), y Rafael Figueroa de Toluca, nos explican:

"El chorizo es un producto fino, por lo tanto es caro, mientras que la longaniza está hecha de la espaldilla del puerco, tiene más grasa y su precio es bastante asequible".

A su vez, el químico Cuenca Mendoza y el ingeniero Jesús Hernández Avila, director de la Facultad de Ciencias Agrícolas de la UAEM, afirman: en los dos productos se sigue el mismo proceso de embutido pero los ingredientes son distintos, sobre todo porque el cho-

Para comprar chorizo

Actualmente no existe una norma que regule y controle la producción de longaniza y chorizo; por lo tanto, no hay control de calidad específico sobre estos embutidos.

No obstante, el chorizo debe cumplir con los requisitos de calidad, información en la etiqueta e higiene que señala la Ley General de Salud.

El Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de actividades, establecimientos, productos y servicios dice:

Art. 484: Se prohíbe designar a los productos con nombres que no correspondan a la composición, clase y origen del producto.

Art. 492: Debe indicarse la o las especies animales empleadas y sus porcentajes, así como el contenido de ligadores si excede del 5 por ciento.

El aporte de nutrimentos

Entre las ventajas del chorizo, podemos mencionar que es una fuente de proteínas (24 por ciento en cada 100 gramos), y de grasas (36 por ciento en cada 100 gramos), aunque un consumo excesivo puede ser riesgoso para aquellas personas con sobrepeso o niveles altos de colesterol.

Algunos consejos para comprar chorizo

Verifique que tenga el registro sanitario.

Pruébelo. Su sabor deber ser característico y concentrado. Prefiera comprar chorizo en comercios establecidos, ya que tienen mayor control sanitario.

No adquiera chorizos que presenten coloraciones o manchas distintas a las que caracterizan al producto.

Tampoco adquiera aquellos que presenten un olor desagradable ya sea frescos, o al momento de cocinarlos.

No consuma chorizo que presente en su superficie una consistencia viscosa o grumos blancos.

Cómo conservarlo

Sáquelo inmediatamente de la bolsa y extiéndalo sobre un lazo forrado con papel de estraza, lejos del calor y las moscas. Cúbralo con un trapo. De esta forma le puede durar hasta tres meses.

distintos, sobre todo porque el chorizo es de carne y la longaniza tiene más grasa que carne y sólo se le agrega chile.

Al respecto, el cronista Sánchez García narra: la proletaria longaniza era una fabricación humilde de carne de res, con barruntos de lardo porcino, a cuya masa sólo se le ponía mucho chile y una pizca de pimentón para darle el tono bermejo.

Desde esta perspectiva, se dice que la longaniza, debido a la gran cantidad de grasa, debe cocinarse,

mientras que el chorizo, por sí mismo, es de un exquisito sabor y seco puede comerse casi crudo. Su sabor se acentúa a medida que se va secando.

Toluca la bella, Toluca la triste, ya de tus chorizos ni el recuerdo existe

Si bien en Toluca casi todo mundo hace chorizo, las perspectivas de este producto no parecen muy halagadoras; el profesor Abelardo Vázquez expone: el producto industrial está acaparando el mercado y cada vez desplaza más al producto artesanal, por lo que existe el riesgo de que la fama choricera de Toluca se pierda si se sigue vendiendo producto de diferente y deficiente calidad.

Por su parte, el cronista toluqueño sugiere preocupado: para rescatar al chorizo como artesanía de la región es necesario elaborarlo con las recetas originales, de buena calidad y a precios reales.

En medio de esta disputa por el mercado y del desconocimiento de las características del chorizo entre los consumidores, éste sigue vendiéndose con diferentes precios, calidades y estilos, en los puestos instalados a la orilla de la autopista México-Toluca, así como en los mercados y comercios fijos y semifijos del Estado de México.

Y aun con riesgo de desaparecer, su fama se mantiene en el paladar de visitantes y pobladores de la capital del chorizo, quienes gracias al consumo de este tradicional alimento dan vida y continuidad a una añeja y sabrosa tradición.

Marta Sandra García Macías

¿Pesos más, kilos de menos?

Gimnasios para mujeres

¿Le urge bajar las "llantitas"?, ¿está interesada en lograr y mantener un óptimo estado físico y mental?, ¿desea tener un cuerpo tan atractivo que sus amigas la envidien?, ¿o sólo requiere moldear ciertas zonas "estratégicas" de su cuerpo...?

Muchas de estas inquietudes mueven a hombres y mujeres a acudir a un gimnasio de físicoculturismo, lugares que si bien ofrecen la posibilidad de ejercitar el cuerpo, reafirmar los músculos y liberar tensiones, también cobran grandes cantidades y algunas víctimas, sobre todo cuando ofrecen un servicio deficiente que abusa de la ingenuidad y buena fe del consumidor.

En gimnasios, hay para todos los gustos y presupuestos.

Un vistazo al mercado

La **Revista del Consumidor** se vistió con ropa deportiva y zapatos tenis para hacer un recorrido por algunos gimnasios que tienen sucursales en todo el país, y conocer la calidad y las condiciones en que se brinda este servicio.

Así por ejemplo, **The Beverly Hills Workout** es un gimnasio que, por una cuota anual de 2 millones 300 mil pesos, ofrece el uso de sus instalaciones y aparatos, aunque no cuenta con instructores profesionales que indiquen el manejo correcto de cada uno de éstos. Tampoco cuenta con suficientes regaderas y sanitarios; el espacio para el levantamiento de pesas es reducido e impide el libre movimiento del cuerpo.

Con lo que sí cuenta este gimnasio es con una tienda, donde además de venderse ropa deportiva de importación, se expenden comprimidos elaborados a base de azúcar (dextrosa y sacarosa) y ácido cítrico, y complementos alimenticios de importación.

Por su parte, los gimnasios **Gold** y **ROTT** ofrecen la atención de instructores con equipo computarizado; tratamientos faciales con rayo láser; masajes, sistema de bronceado con rayos infrarrojos; vapor, sala de proyecciones, asesoría médica y nutrimental.

El precio está en relación a todos estos servicios. De ahí que el gimnasio **Gold** cobre un millón de pesos por trimestre y en **ROTT gym**, por el mismo periodo, se cobre la cantidad de 665 mil pesos.

Para ejercitarse lo principal es el entusiasmo.

Ambos lugares cuentan con cafetería "nutrimental", tienda deportiva y expendio de complementos vitamínicos.

Quitarse un peso de encima

¿Qué ofrece a las mujeres la práctica del físicoculturismo? Para responder a esa pregunta, la **Revista del Consumidor** entrevistó al presidente y fundador de la Federación Mexicana de Físico-Constructivismo (FMFC), Francisco Cabezas.

"La práctica de este deporte puede servir para reafirmar los músculos y evitar su flacidez; además, elimina la tensión en general y puede llevarse a cabo a cualquier edad.

"Para adentrarse en el físicoculturismo se necesita hacerlo poco a poco y con la ayuda de un instructor profesional, a fin de evitar un desgarre de consecuencias graves. Es conveniente que, antes de acudir a un gimnasio, la aspirante se haya realizado un examen médico", opina el señor Francisco Cabezas.

Las mujeres cada vez acuden más a los gimnasios.

"Actualmente, las mujeres han ido ganando terreno y la práctica de este deporte no es la excepción. Al principio, muchas mujeres creían que esta especialidad deportiva las iba a convertir en atletas fuertes; afortunadamente se entendió que moldear la figura depende de las horas de práctica y de lo que se pretenda: si una persona se ejercita para alguna competencia, la rutina de ejercicios no será la misma de otra persona que únicamente desea practicar un deporte para mantenerse en forma", puntualiza nuestro entrevistado.

Medicina en el deporte

En torno a la proliferación de los gimnasios para mujeres, el doctor Fernando Pimentel, especialista en medicina del deporte y profesor de la Escuela Superior de Educación Física (ESEF), y miembro de la Comisión Pro Legislación de los Gimnasios, opina:

"Hacer deporte es benéfico. El problema es que ha sido mal entendido lo que debe hacerse en un gimnasio y exclusivamente se enfoca el lado del negocio; se busca la manera de ganar dinero, aun cuando, en ocasiones, no exista el personal capacitado para atender correctamente a los usuarios.

"Si una dama desea bajar de peso es necesario que le indiquen cuál es el peso ideal que debe alcanzar, de acuerdo con su edad y su constitución física. Debe quedar bien claro que el físicoculturismo cambia la grasa por músculo, pero esto requiere de una correcta alimentación.

"Además, es frecuente la falta de instructores profesionales para atender al cliente en los gimnasios particulares, comenta el doctor Pimentel; en éstos nunca se solicita un examen médico del interesado y rara vez se dosifica el ejercicio; es decir, no se establece un programa individual acorde con lo que el consumidor pretende. Es importante que se imponga el orden y se reglamente el manejo de gimnasios", finaliza el profesor de la ESEF.

Mucho ojo

Una de las principales preocupaciones de la Federación Mexicana de Físico-Constructivismo ha sido establecer los requisitos para la instalación de gimnasios. En este sentido, el presidente de dicha federación, señala: "Se ha dispuesto que aquellas personas que deseen abrir un gimnasio deben realizar un examen de tres días, en el que además de demostrar su experiencia en este terreno -tres años como mínimo-, respondan a preguntas sobre diversos aspectos de nutrición, técnicas de entrenamiento, temas básicos de medicina y ética profesional.

"Una vez cumplido este requisito se les otorga un diploma de la Federación Mexicana de Físico-Constructivismo y la Comisión Nacional del Deporte. Actualmente existen representantes de nuestra organización en los estados de Baja California, Baja California Sur, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Hidalgo, Querétaro, Guerrero,

Tlaxcala, Guanajuato, Tabasco y Chiapas.

Y como muestra, una consumidora

María de Jesús C. de Gutiérrez tiene 47 años de edad y es madre de dos hijos; es propietaria de un pequeño establecimiento de abarrotes y desde hace dos años empezó a practicar físicoculturismo. Es ella quien platica su experiencia a los lectores de la **Revista del Consumidor:**

"Hace dos años pesaba 60 kilos, actualmente peso 50 kilos, todo gracias a la variedad de aparatos que están a disposición del cliente; con ellos se puede "hacer" pierna, cintura, pecho y glúteos. Aquí nada de dietas; lo que se aprende es a comer bien, nada de chocolates, refrescos y comida chatarra.

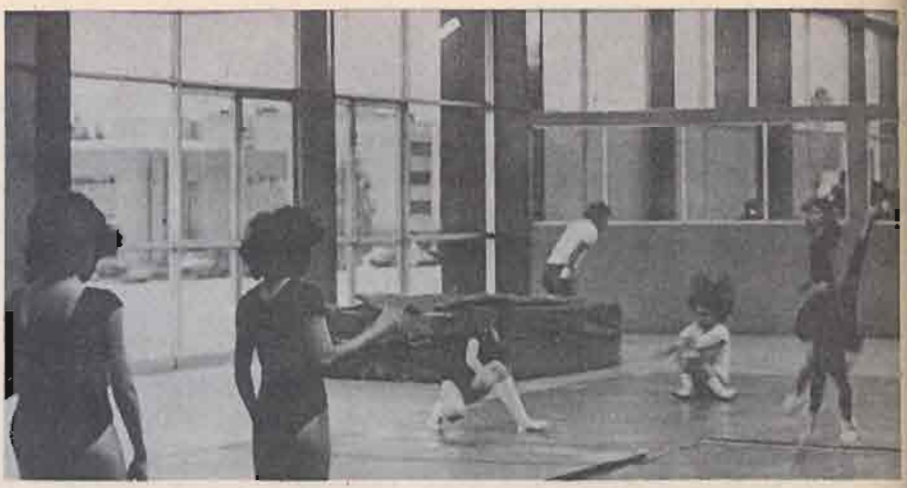
"Todas la mujeres que practicamos pesas aprendemos a caminar y sentarnos en forma correcta. Para qué ir al cirujano plástico si en el gimnasio se quita lo que sobra y se pone donde hace falta".

Este es un caso afortunado, pero como en todo, también aquí existen riesgos.

Si usted, al igual que la señora Gutiérrez, opta por el ejercicio disciplinado y una alimentación adecuada, sin duda tomará en cuenta los comentarios vertidos en la presente nota.

Cómo escoger un gimnasio

A fin de elegir el gimnasio adecuado para bajar de peso con pocos pesos, tome usted nota de las siguientes recomendaciones:



Gimnasios incluso para niñas.

- Compruebe que el gimnasio tenga la autorización de la Comisión Nacional del Deporte.
- Antes de inscribirse compare opciones, de acuerdo con su presupuesto y necesidades personales.
- Verifique que los instructores estén capacitados para dar atención y orientación a los asistentes.
- Observe que los aparatos estén en buen estado y que sean seguros para su uso.
- La alimentación de toda persona, y con mayor razón la del deportista, debe cumplir con las siguientes características:

Ser completa: debe constar de alimentos de los tres grupos para proporcionar todos los nutrimentos como proteínas, lípidos, hidratos de carbono, vitaminas, nutrimentos inorgánicos (minerales) y agua.

Ser suficiente: es decir, la cantidad de alimentos justa para cubrir las necesidades de nutrimentos del deportista.

Ser equilibrada: los nutrimentos deben guardar proporciones apropiadas entre ellos, para evitar deficiencias o excesos en la alimentación.

Variada: incluir diferentes alimentos y platillos en cada comida, evitando así la monotonía.

Inocua: el consumo de alimentos no debe implicar riesgos para la salud del deportista.

Y por sí sola, la alimentación recomendable es una forma de orientar para la formación de hábitos alimentarios adecuados.

Patricia Briseño

Cómo conservar los discos

Todos tenemos en casa un disco, a pesar de sus altos precios y las nuevas tecnologías fonográficas que compiten con este producto. Un disco es cultura; y su compra no es cosa fácil debido a la amplia gama de materiales, la diversidad de precios y los cuidados que requiere este producto para permanecer en buen estado.

Un género, una marca

El vasto mercado de discos ofrece al consumidor tantos géneros musicales como gustos pueda haber, aún cuando el número de empresas dedicadas a la producción de fonogramas es, en cierta forma, reducido.

Datos proporcionados a la **Revista del Consumidor** por la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (Amprofon), señalan que en toda la república operan 14 empresas disqueras, entre las que se encuentran las marcas **BMG/Ariola, CBS, Melody, Gas, Musart, EMI/Capitol, Peerless, Futura, Polygram, WEA Lubata, Fonográfica Internacional, Orfeón y Luna Continental.** Cada una de ellas se ha especializado en uno o dos géneros musicales, lo que impide la competencia desleal entre las mismas disqueras.

Por otra parte, la gran variedad de almacenes y establecimientos dedicados a este giro comercial, brindan al consumidor la posibilidad de comparar precios antes de comprar.

El precio

El precio de los discos depende de varios factores que es necesario conocer: "En el precio de un disco influyen los costos de producción, la calidad interpretativa y la popularidad del solista o del grupo", comenta Efrén Huerta Rodríguez, director general de la Amprofon.

"Un disco lleva un costo de promoción publicitaria en todos los medios de comunicación (radio, prensa, televisión). No es lo mismo un disco de catálogo, grabado hace mucho tiempo, y que hoy día ya amortizó el costo de grabación, promoción y producción a lo largo de los años, que el disco que se graba para ser el 'hit' del momento. Hay cantantes que son una inversión porque la grabación de sus discos implica un desembolso de igual tamaño. Un ejemplo serían los casos de Emmanuel o Luis Miguel, cuyos gastos de producción por cada disco se estiman en alrededor de 200 mil dólares".

Discos, casetes y discos compactos

Respecto al desplazamiento que el disco tradicional ha sufrido a raíz de la proliferación en el mercado del casete y del disco compacto, el director general de Amprofon señala que "el casete ha desplazado con gran velocidad al LP; podríamos decir que estamos en una proporción de cinco casetes por cada disco.

"Asimismo, la compra de discos láser (discos compactos), por sus ventajas en materia de sonido y larga duración, se presenta como la mejor opción, aun cuando éste sea un mercado limitado".

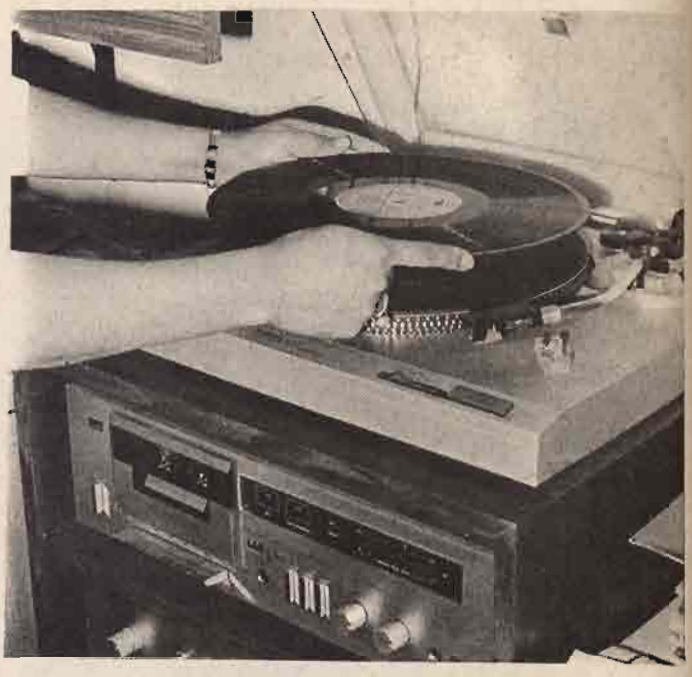
Respecto a los discos de "éxito" que tienen como único atractivo una sola canción que determina el precio del producto, el director general de Amprofon finaliza: "El hecho de que la gente seleccione un tema, definitivamente tiene que ver con algo tan subjetivo como el gusto. Normalmente, en la producción de un disco se invierte el mismo tiempo y dinero en un tema 'hit' que en una melodía que no lo es. En general, cuando un disco sale al mercado no se sabe cuál va a ser la respuesta del público".

Mucho cuidado

Como vemos, los factores que determinan el precio de un disco son tan variables como los gustos de las personas. Sin embargo, lo que sí es común a todos es que requieren de ciertos cuidados para mantenerse en buenas condiciones.

En el estudio "La mejor forma de conservar un disco fonográfico", realizado por el ingeniero en Comunicación y Electrónica, Francisco Clarck Palacios*, egresado del Instituto Politécnico Nacional, se señalan algunas recomendaciones para prolongar la vida útil de un disco, que a continuación compartimos con usted:

- No coloque un disco encima de otro, esto provoca que los surcos (superficie grabada) se dañen entre sí y acumulen polvo.
- Se recomienda que todos los discos se coloquen en forma vertical y dentro de bolsas de plástico, pues el simple contacto con el cartón rugoso de la carátula provoca el rayado del disco.
- Nunca toque la superficie de los discos con la yema de los dedos porque éstos, casi siempre, acumulan grasa. Se recomienda tomarlos con las palmas de las manos por los extremos.
- La mejor forma de limpiar un disco es con agua tibia aplicada con una jeringa; con esto se elimina cualquier residuo de grasa y polvo. Séquelo con un trapo o con un cojín limpiador.
- El uso de un cepillo muy pequeño en la punta del brazo donde se encuentra la aguja ayuda a eliminar la "pelusa" del disco conforme éste gira. Usted puede adquirir estos "cepillitos" en las tiendas de discos.
- No exponga sus discos al sol, ya que el material con el que están hechos tiende a ondularse, alterando la frecuencia con la que el disco gira y la calidad del sonido.
- Si al momento de escuchar una melodía percibe un sonido parecido a la lluvia, significa que el disco está sucio y desgastado; en este caso, evite usarlo en forma constante a fin de alargar su duración e impedir el desgaste de la aguja de su aparato.
- Antes de cambiar la aguja revise el instructivo de su tornamesa; allí encontrará las indicaciones para cambiarla, con lo cual evitará que sus discos se deterioren o rayen.



Así se cuidan los discos. Sin tocar la superficie.

La duración de un disco dependerá del trato que reciba.

Sin embargo, si usted sigue algunos de estos consejos podrá disfrutar, más de una vez, de esa canción que seguramente le traerá buenos recuerdos.

**Francisco Clarck Palacios es actualmente un destacado investigador del Instituto Nacional del Consumidor.*

Patricia Briseño

Calculadoras de cuarzo

Cálculos en los bolsillos

Las calculadoras de bolsillo han invadido los hogares, escuelas, oficinas, talleres, fábricas y prácticamente todos los lugares. Casi nadie escapa de su influjo pero, ¿es verdad que representan un beneficio para los consumidores?, ¿cómo comprar una calculadora?, ¿qué es lo que debemos considerar al adquirirla?

Cuando usted piense comprar una calculadora, recuerde que es muy importante conocer las funciones y posibilidades de estos pequeños artículos.

Uno de los principales problemas que enfrenta el consumidor es que nunca sabe a ciencia cierta qué uso le dará. "Tengo una **Texas Instruments**, modelo *SDD*, pero no sé utilizar todas sus funciones", señala un poco abatido, José Núñez, joven estudiante de la vocacional "Juan de Dios Bátiz".

Otro problema, incluso más grave por las repercusiones que ocasiona al consumidor, es la proliferación del mercado informal de estos artículos electrónicos, lo cual acarrea inconvenientes tales como: falta de garantía, calculadoras "piratas" sin instructivo, o con él pero en otro idioma.

El señor Víctor Sánchez, comerciante de "fayuca" en las calles céntricas de la ciudad de México, asegura que desconoce las funciones que desarrolla una calculadora **Casio** *FX-15* como las que vende en su puesto. "Pero todas las calculadoras sirven para hacer 'cuentas' y por eso me las compran, ¿o no?".

¿Calculadoras vemos, abstracción perdemos?

Calcule qué es lo que va necesitar

"Al comprar una calculadora se debe tomar en cuenta el uso al que se va a destinar. ¿Para hacer gráficas?, ¿operaciones de índole financiera o de ingeniería?, ¿o se le va dar únicamente un uso escolar o, hasta cierto punto, doméstico?", explica el ingeniero Manfredy Carnavale, gerente de producción de Lógica Digital.

También es importante que el aparato sea de fabricación nacional o, si es de importación, que cuente con talleres de mantenimiento en donde lo reparen en caso necesario. Además, debe contar con garantía y refacciones", indica.

El ingeniero Carnavale explica que el reducido tamaño de estas complicadas máquinas es consecuencia de los diminutos circuitos que las componen; de esta forma son más pequeñas, pero a la vez más funcionales; cada circuito mide casi el tamaño de una uña. Las ventajas de poder llevar las minicalculadoras prácticamente en cualquier parte, incluso en la cartera o en la agenda, son evidentes, aunque cabe destacar que el teclado no siempre es

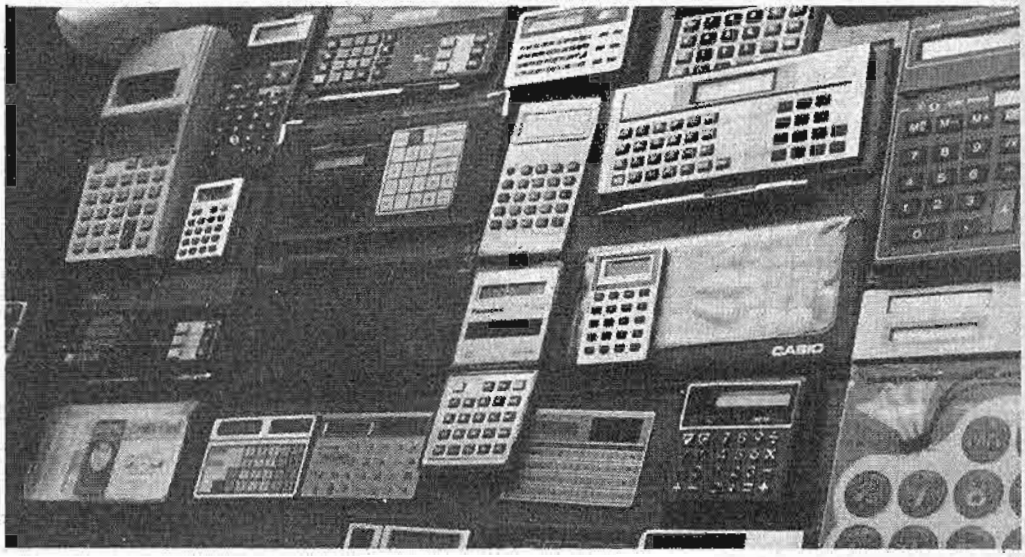
muy cómodo, y si no se llevan con cuidado se pueden doblar fácilmente".

Calculadoras poco formales

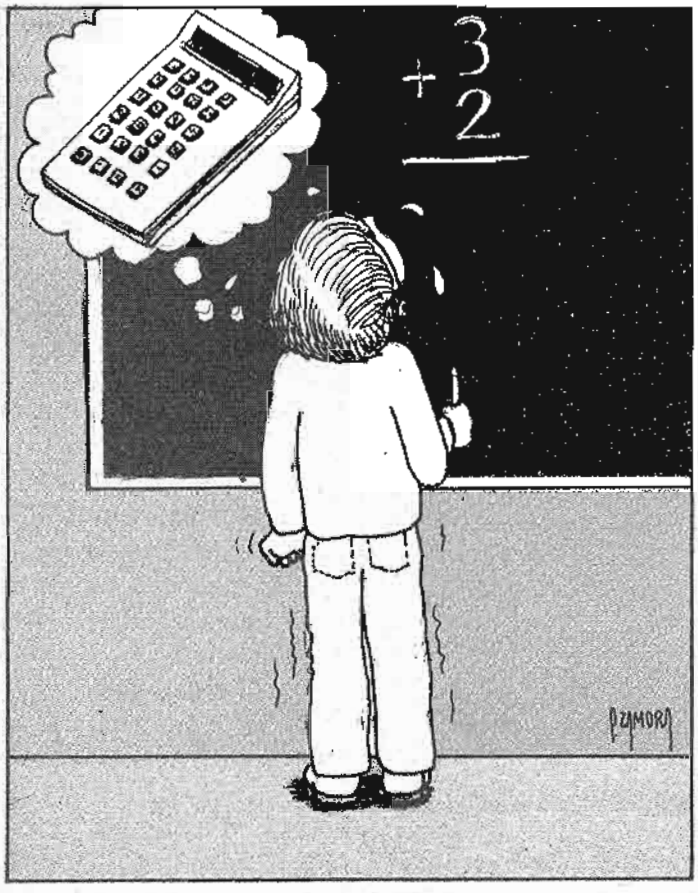
Por su parte, el licenciado Virgilio Castillo Aragón, director de publicidad de Printaform, afirma que "otro factor que no se debe pasar por alto es la venta de estos artículos en el mercado informal (puestos callejeros). Esta práctica engloba alrededor del 50 por ciento del mercado total".

Entonces, ¿cuál es la razón por la que el público consumidor prefiere adquirir una calculadora en el mercado informal y no en comercios especializados?

"Se debe, explica el licenciado Virgilio Castillo, a varias razones, por ejemplo: la facilidad de encontrarlas a la mano o adquirirlas a un precio asequible. No obstante estas ventajas, también existen inconvenientes, pues algunas veces no son marcas originales ('piratas'); no hay garantía ni respaldo en la reparación en caso de que falle y, por último, casi ninguna cuenta con el instructivo que explique su funcionamiento".



Amplias variedades, según la aplicación para la que se destinen.



Por ejemplo, comprar una calculadora **SAA Citizen** en una tienda especializada en la venta de aparatos electrónicos, ubicada en la calle de Palma –en el centro de la ciudad de México–, cuesta alrededor de 72 mil pesos (con tres meses de garantía e instructivo en español). Esa misma calculadora, en los puestos del mercado informal, oscila entre 60 mil y 65 mil pesos; por supuesto sin garantía y sin instructivo.

No sume riesgos

Al respecto, el ingeniero Enrique Ayala Morán, gerente del Departamento de Calculadoras de Texas Instruments, afirma que es necesario saber qué respaldo tiene una calculadora.

"Comprarla en la calle por unos pesos menos, es ahorrar sólo un poco, ya que si llega a fallar quizá no se pueda componer y entonces habrá que 'almacenarla'; además, la economía informal afecta al consumidor debido a que no existe ninguna clase de garantía.

"Si el consumidor desea una opinión para realizar una compra inteligente, hay personas capacitadas en los comercios formales que pueden dar la orientación básica al respecto. Esto no ocurre en las ventas de la vía pública", concluye el ingeniero Enrique Ayala.

No es recomendable para escolares de primaria y secundaria.

Otras voces

A pesar de que una calculadora de bolsillo representa una gran ayuda en todas las actividades, es perjudicial en la formación de los estudiantes de nivel básico y medio. Así lo reconoce el ingeniero Carnavale, de Lógica Digital; además opina que "en los alumnos de primaria y secundaria no es recomendable el uso de calculadoras".

El anterior punto de vista es apoyado por la profesora Rosario Ruíz Guerrero, quien imparte clases en la Escuela Primaria "Priscilano Martínez López". Por sus años de experiencia ha observado que, "la facilidad que implica el uso de la calculadora en la solución de operaciones matemáticas, provoca que los alumnos no apliquen la metodología para resolverlas o en definitiva no la aprendan.

"Claro que es una ventaja utilizar una calculadora, siempre y cuando ésta no afecte las facultades y aprendizaje del educando. Solamente así apruebo su uso", concluye la maestra Guerrero.

Multiplique estas recomendaciones

Antes de comprar una calculadora determine el uso que le va a dar. Si compra una muy compleja y no aprende a utilizarla estará desperdiciando sus posibles ventajas.

Compruebe que las teclas estén en buen estado y que aparezcan correctamente los dígitos en la pantalla.

Exija instructivo en español

Se recomienda comparar precios, pero sin olvidar que una "buena" calculadora depende de la calidad del producto.

Si es para escolares, es conveniente practicar con todas sus funciones para que ellos se familiaricen con éstas.

Maestros de nivel básico recomiendan que los niños eviten su uso pues inhibe su desarrollo intelectual, su capacidad de razonamiento y de abstracción.

Aclare con el vendedor todas las dudas que tenga acerca de la calculadora que desea adquirir. No la compre si no entiende bien su funcionamiento.

Cerciórese de que la calculadora tenga un respaldo de servicio y refacciones en el país y exija garantía por escrito.

Las calculadoras extraplanas corren el riesgo de doblarse y estropearse si no se llevan con cuidado.

Si ya tiene calculadora, no la exponga a temperaturas extremas; no le introduzca objetos raros y manténgala apagada cuando no la use.

Miguel Prieto Martínez

Así se evitan los accidentes de trabajo

La falta de concentración, el estrés que causan las presiones laborales, el apresuramiento en el trabajo y la falta de equipo de protección son, entre otras, las causas de que se registren accidentes de trabajo.

Gracias a los avances obtenidos por los organismos que fomentan una cultura de prevención en materia de accidentes laborales, la tasa de éstos entre la población trabajadora de México ha disminuido, asegura a la **Revista del Consumidor**, Leticia Enríquez Viveros, funcionaria de la Dirección General de Seguridad e Higiene de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

La licenciada Enríquez considera difícil determinar con exactitud el número de accidentes de trabajo. Esto es consecuencia de que gran parte de los accidentes ocurren en la industria de la construcción que tiene una población trabajadora flotante o eventual.

De acuerdo con la legislación laboral, señala nuestra entrevistada, es responsabilidad del patrón el pago de las erogaciones por daños y lesiones en accidentes o enfermedades de trabajo y añade, "en este renglón la responsabilidad en materia de prevención de accidentes en el trabajo recae en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social".

Vital, el uso de equipo de seguridad.

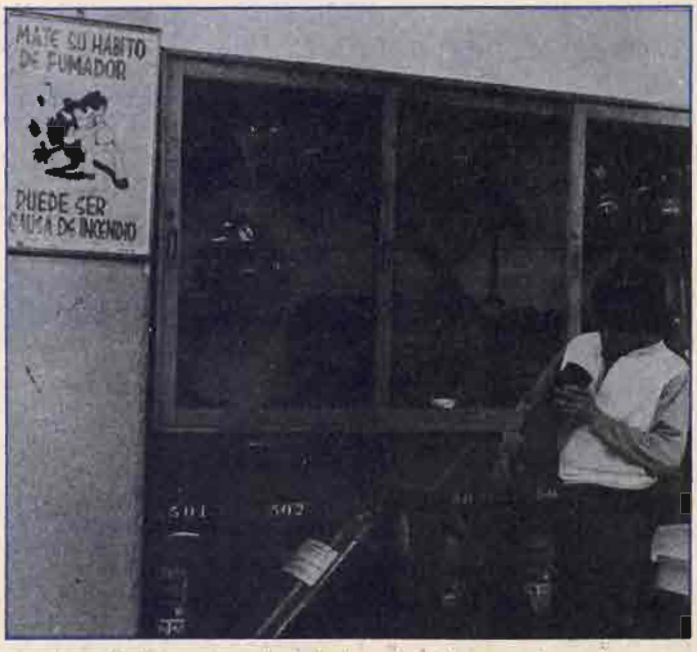
Derechos de los trabajadores

La licenciada Enríquez indica que las acciones del Estado en materia de prevención de accidentes y riesgos de trabajo se dividen en normativas y operativas. El primer caso se refiere a todas aquellas leyes que se consagrán en los derechos sociales de los trabajadores.

En el segundo aspecto, la Comisión Consultiva Nacional de Seguridad e Higiene y las Comisiones Consultivas Esta-

tales tienen la función de proteger al trabajador y a su familia de los riesgos laborales, así como promover mejores condiciones de vida entre la población trabajadora.

Estos grupos están integrados por representantes de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, la Secretaría de Salud, el Instituto Mexicano del Seguro Social, el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado y organizaciones de trabajadores y empleados.



En los centros de trabajo, más vale prevenir que lamentar.

En lo que respecta a los programas y planes de salud, la funcionaria asegura que "el objetivo de éstos es la prevención de accidentes en horas de trabajo y de enfermedades derivadas de los mismos, así como proporcionar un ambiente bioeconómico-social equilibrado en que se fomente la productividad".

En este sentido, "existe un programa nacional de revisión cuyo fin es verificar constantemente los proyectos de salud y que los patrones cumplan con las normas establecidas por la Ley Federal del Trabajo. Si las empresas no cumplen con la legislación, serán sancionadas de acuerdo con la falta cometida.

Las causas principales

"Entre las principales causas de accidentes de trabajo están el incumplimiento de las normas preventivas por parte de los patrones, lo cual incluye la falta de equipo de seguridad e higiene, el rezago y falta de modernización del mismo, así como una deficiente educación preventiva dirigida al trabajador", enfatiza la licenciada Enríquez.

Los accidentes que con mayor frecuencia se presentan son: lesiones producidas en los ojos por rebabas, torceduras, piquetes de clavos, machucones.

La licenciada Leticia Enríquez recomienda que "se continúen revisando los programas y planes de salud, y que se promuevan cursos de seguridad e higiene, primeros auxilios, rescate, prevención y combate de incendios; ello contribuirá a incrementar la productividad y el desarrollo integral del trabajador".

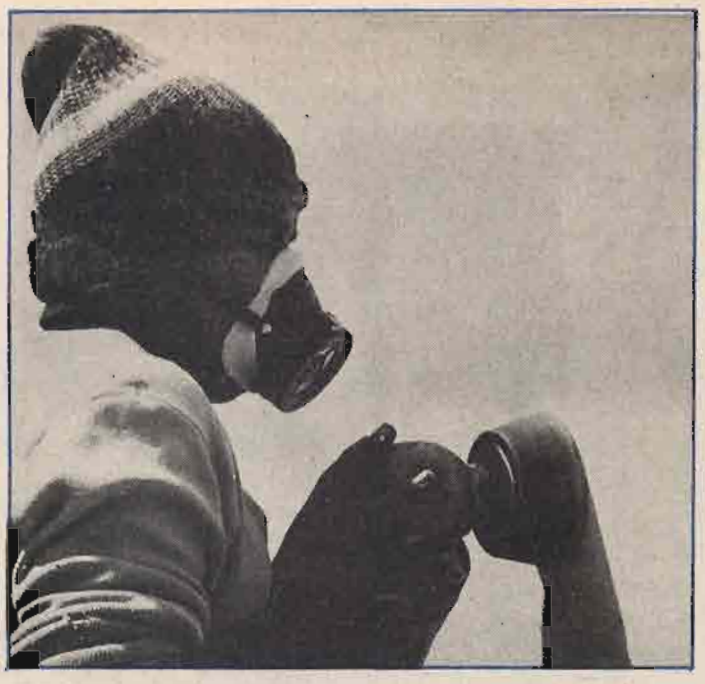
Selección de personal: igual a seguridad

La maestra Silvia Vita, catedrática de la Facultad de Psicología de la UNAM, afirma a la **Revista del Consumidor** que la selección adecuada de personal es "el primer paso para la prevención de accidentes, ya que nos da un perfil adecuado de las características del aspirante" y muestra su capacidad para enfrentar los posibles riesgos a los que va a estar expuesto.

La psicóloga comenta que "al conocer la inteligencia, personalidad e intereses del aspirante, se podrá determinar si es o no apto para el trabajo. Los citados elementos permiten contar con un equipo suficientemente preparado y, en consecuencia, con menores posibilidades de accidentes".

Los accidentes aumentan o disminuyen de acuerdo con la edad. Una mayor frecuencia se presenta en los menores de 22 años. "Por su juventud a veces adoptan actitudes que pueden ser peligrosas dentro de los centros laborales, además de que muchos de ellos se resisten a usar el equipo de seguridad.

"Otra de las causas que propicia los riesgos en el trabajo, es el estrés, porque hace que el individuo pierda concentración. Los accidentes se presentan como consecuencia del apresuramiento o retraso en las acciones desempeñadas", concluye la maestra Vita.



Los equipos de protección varían según el trabajo que se desempeñe.

¿Qué es un accidente de trabajo?

La Ley Federal del Trabajo, en su artículo 474, define como accidente de trabajo a toda lesión orgánica o perturbación funcional, inmediata o posterior, o la muerte, incluso, producida repentinamente en ejercicio del trabajo, cualesquiera que sean el lugar y el tiempo en que ésta se presente.

En los accidentes de trabajo intervienen varios factores entre los que podemos enumerar:

- Condiciones inseguras: estructuras e instalaciones de los edificios y locales mal diseñados o deteriorados.
- Falta de medidas de prevención y protección contra incendios.
- Instalaciones o equipo diseñados, construidos, armados inapropiadamente o en mal estado.
- Protección inadecuada, deficiente o inexistente en la maquinaria, en el equipo o en las instalaciones eléctricas.
- Equipos de protección personal defectuosos, inadecuados o nulos, así como ausencia de orden y limpieza.
- Avisos o señales de seguridad e higiene insuficientes o faltantes.
- Llevar a cabo operaciones sin previo aviso o adiestramiento.
- Operar equipos sin autorización.
- Ejecutar el trabajo a velocidad no indicada.
- Bloquear o quitar dispositivos de seguridad.
- Limpiar, engrasar o reparar la maquinaria cuando se encuentra en movimiento.
- Trabajar en maquinaria parada sin que haya un letrero que indique la concentración de electricidad estática.
- Viajar sin autorización en vehículos.
- Transitar por áreas peligrosas.
- Sobrecargar plataformas, carros, etcétera.
- Usar herramientas inadecuadas.
- Trabajar sin protección en lugares peligrosos.
- No usar el equipo de protección adecuado.

¿Cómo prevenirlos?

Para prevenir los accidentes de trabajo es conveniente tomar las siguientes precauciones:

- El lugar donde se labora debe estar en orden y limpio pues la falta de estos elementos puede llegar a causar un accidente.
- La empresa debe brindar información y fomentar la participación de los trabajadores en la prevención de los accidentes de trabajo. Para ello es necesario desarrollar y mejorar: políticas de seguridad e higiene, proceso de trabajo, materias primas y productos elaborados por la empresa.
- Equipos de protección personal básicos: casco de seguridad, gorras, cofias, concles acústicos para los oídos; tapones, caretas, pantallas de protección contra las radiaciones luminosas intensas, infrarrojas y ultravioletas; mascarillas individuales para proteger las vías respiratorias; y protección de cuerpo como guantes, guantelas, mangas, polainas y calzado de seguridad.

Miguel Prieto Martínez

Fuentes: - Guías para las Comisiones Mixtas de Seguridad e Higiene de los Centros de Trabajo, IMSS.
- Serie Apoyo Técnico, IMSS.
- Accidentes de trabajo: causas, clasificación e investigación, IMSS.

La mejor alimentación para el escolar

La correcta alimentación es uno de los elementos fundamentales para que los niños en edad preescolar y escolar tengan un crecimiento y desarrollo adecuados.

El doctor Abelardo Avila, subdirector de Nutrición de la Comunidad del Instituto Nacional de la Nutrición explica a la **Revista del Consumidor**:

"La alimentación para preescolares y escolares debe ser adecuada, acorde con las características de los niños; equilibrada, que la proporción de los nutrimentos sea la correcta y no se presenten carencias o excesos; educativa, es decir, que se oponga a la distorsión que provocan las presiones comerciales; y suficiente para que aporte los nutrimentos necesarios, entre otras cosas.

"El problema, subraya el especialista, es que las familias no saben equilibrar los alimentos, de ahí que se presenten problemas de obesidad, más que de desnutrición. Este fenómeno se observa principalmente en las zonas urbanas; hay un notorio desequilibrio en los nutrimentos; la alimentación de preescolares y escolares está orientada hacia el consumo de "productos chatarra" que, en comparación con otros alimentos preparados en casa, son caros y menos nutritivos (frituras, dulces, pastelillos, etcétera), y proteínas de origen animal en exceso.

Para que crezcan sanos es fundamental alimentarlos bien.

"La publicidad, prosigue el nutriólogo, ha contribuido a este desequilibrio, ya que existe una manipulación para que los niños tengan una dieta hiperproteica a base de embutidos; el hecho de ingerir estos alimentos, además de causar obesidad, repercutirá en su vida adulta, con la aparición de padecimientos crónico-degenerativos.

"Para que la alimentación de los preescolares y escolares tenga efectos positivos sobre el desarrollo, no solamente debe ser normal desde el punto de vista nutriológico, sino también variada e incluir, de ser posible en todas las comidas del día, alimentos de los distintos grupos".

Los alimentos se deben consumir de preferencia en su forma natural (frutas y verduras); evitar su excesivo refinamiento (tortilla en vez de fécula de maíz, pan integral en lugar de pan blanco, en especial si éste es de "caja").

Son preferibles los que requieren de una masticación vigorosa de acuerdo con la edad del niño, para estimular y ejercitar los diversos tejidos y órganos que participan en la subdivisión de los alimentos.

"No es recomendable consumir alimentos viscosos o adherentes, difíciles de ser eliminados de la cavidad bucal y con alto contenido de hidratos de carbono, continúa nuestro entrevistado; sólo por esta razón, deben estar proscritos de la dieta del preescolar y escolar el pan dulce, los productos comerciales conocidos como alimentos colados y picados, y las golosinas industrializadas".

¿A qué horas?

La alimentación del preescolar

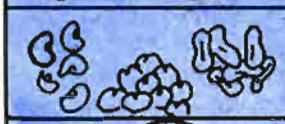
puede ofrecer muchas dificultades por el desconocimiento de algunas características del desarrollo en esa etapa. La preescolaridad se inicia, según el doctor Rafael Ramos Galván, experto en nutrición de la Organización Mundial de la Salud (OMS), cuando el niño ha alcanzado determinados niveles de madurez orgánica y metas de socialización, lo que se manifiesta en conductas psicomotrices que aparecen entre los 12 y 18 meses de edad y que se relacionan, en forma directa, con su alimentación.

"La alimentación entre los dos y cinco años de edad no difiere de la que debe ingerir el escolar. Aun en el aspecto económico, después del cuarto año, la dieta del niño tiene un costo semejante a la del adulto, porque en la de los pequeños se deben incluir alimentos de alto valor biológico que cuestan más", enfatiza el doctor Abelardo Avila.

En cuanto a los horarios para que los niños ingieran sus alimentos, el nutriólogo comenta: "el horario de las comidas, la distribución de los alimentos y las cualidades del menú quedan supeditados en gran medida a las actividades escolares. Con frecuencia los niños desayunan a hora muy temprana (6.30 ó 7.00 horas) y de prisa, para recibir la comida de mediodía siete u ocho horas más tarde (14:30); la cena se sirve cinco o seis horas después de la comida y suele ser muy escasa.

"Se deben procurar, explica el doctor Avila, periodos menos largos entre las comidas, ofreciendo refrigerios a media mañana o media tarde; de este modo se logra una distribución más uniforme de los nutrimentos, en especial de los energéticos".

Raciones recomendadas de alimentación para una semana en las diferentes edades

Alimento	Ración	Preescolar 2 a 6 años	Escolar 7 a 12 años
	Leche 1 vaso (210 ml)	2 raciones diarias	2 raciones diarias
	Queso 30 g	3 raciones	3 raciones
	Huevo 1 pieza	1 ración diaria	1 ración diaria
	Carnes 60 g	2 raciones	3 raciones
	Leguminosas 90 g	3 raciones	1 ración diaria
	Pescado 60 g	1 ración	1 ración
	Frutas 120 g	3 raciones diarias	3 raciones diarias
	Verduras 60 g	3 raciones diarias	3 raciones diarias
	1 tortilla o 1/2 bolillo o 1 pan de caja o 1/2 taza de cereal	6 raciones diarias	9 raciones diarias

El niño debe contar con tiempo suficiente para ingerir sin prisa o ansiedad el desayuno y para realizar una buena masticación; a esta hora conviene incluir alimentos de los tres grupos; por ejemplo leche o huevo, fruta y algún cereal como avena, arroz o pan.

"Los licuados no son recomendables como sustitutos del desayuno. Es preferible que la comida de mediodía no sea muy abundante y que se sirva después de un descanso. La cena debe ser de acuerdo con el apetito del niño.

"Un ejemplo en cuanto a horarios -puntualiza el especialista- puede ser: el desayuno a las 7:00, el refrigerio a las 10:30, la comida de 13:30 a 14:30, un refrigerio a las 17:00 y la merienda de 18:30 a 19:00 horas. La distribución debe ser más o menos la misma para los niños que asisten a la escuela por la tarde".

Finalmente, nuestro entrevistado recomienda que "en el campo de la alimentación, el preescolar y escolar deben normar su conducta en diversos aspectos, algunos de los cuales son de fundamental importancia como el aseo de las manos, la limpieza de los dientes, la elección

de alimentos nutriológicamente valiosos y el rechazo de golosinas, así como convivencia alegre en el momento de las comidas".

Alimentación recomendable

La alimentación de los niños debe ser variada, es decir, alternar los alimentos para no caer en la monotonía y que se preparen higiénicamente para evitar daños en la salud.

Nuestras nutriólogas señalan que el menú para los pequeños debe reunir las siguientes características sensoriales:

- Color: los colores brillantes y contrastantes (rojo, amarillo, naranja, verde), llaman la atención de los niños.
- Sabor: combine alimentos que proporcionen diferentes sabores (dulce, salado, ácido), pero considere que los niños tienen preferencia por lo dulce.
- Forma: corte los alimentos en rodajas, cubos, palitos, medallones, etcétera; esto les parecerá atractivo.
- Textura: incluya alimentos de consistencia jugosa o seca, suave o dura, dorada o tostada.

¿Un ejemplo de menú para su hijo en edad preescolar o escolar?; nuestras expertas se lo dan:

Desayuno

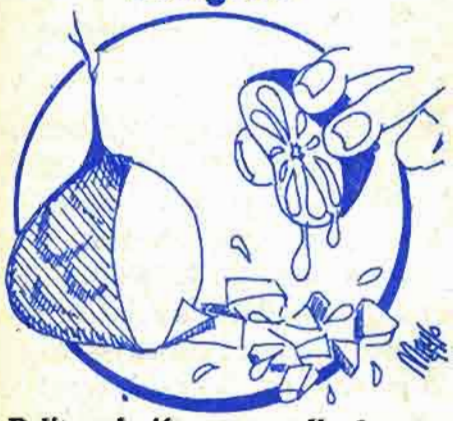
Jugo de naranja, betabel o zanahoria, solos o combinados

Tortilla de huevo con chícharos, tortilla a la española o huevo tricolor (huevos estrellados con salsa de jitomate y crema)

Frijoles refritos

Pan o tortilla y leche

Refrigerio



Palitos de jícama con limón, ensalada de zanahoria, pepinos rellenos de requesón o,

Torta de huevo (queso, sardina, frijoles) o,

Naranjas con canela, ensalada de frutas de la estación, cubos de queso o zapote negro con jugo de naranja

Comida

Sopa juliana, crema de calabacitas o arroz blanco

Caldo tlalpeño o croquetas de atún con ensalada de pepino o,

Rollo de jamón con queso

Tortillas

Agua de fruta de temporada

Postre

Refrigerio

Cualquiera de las sugerencias del primer refrigerio o postre del día

Cena

Leche

Burritas de jamón, enfrijoladas o pan francés

Fruta de la estación

Algunos ejemplos de postres pueden ser: arroz con leche, plátanos con crema, flan, gelatina, budín de vainilla, ate con queso, donas de papa o paleta de plátano.

Recuerde que en la alimentación, lo importante es combinar. En el recuadro puede usted ver los requerimientos diarios para los niños en edad preescolar y escolar.

Amalia Beltrán

Fuentes: -Instituto Nacional de la Nutrición.
- Departamento de Nutrición, INCO.

Mitos y realidades de la fiebre reumática

De las enfermedades que afectan al corazón, aproximadamente la tercera parte son provocadas por cardiopatía reumática (secuelas de fiebre reumática), que pudieron evitarse de haber sido tratadas a tiempo.

La gravedad de la fiebre reumática radica en que, si no es atendida oportuna y adecuadamente, puede provocar lesiones al corazón, en ocasiones tan graves que conllevan la muerte.

Las causas de la fiebre reumática

Es una enfermedad en la cual se inflama el tejido conjuntivo, mismo que se encuentra en todo el organismo; por dicha razón, este padecimiento afecta a una gran cantidad de órganos, principalmente las articulaciones, de ahí que se le clasifique como una de las variedades de reuma; ataca también otros sistemas como el nervioso central y, en forma especial, al corazón", asegura a la Revista del Consumidor el doctor Javier Amezcua Valadez, asesor del Departamento de Medicina Preventiva del ISSSTE, quien agrega:

La fiebre reumática afecta con mayor frecuencia a niños de 7 años.

"El principio de la fiebre reumática son las infecciones provocadas por un microbio llamado *estreptococo*, que puede aparecer en distintas partes del organismo, principalmente en las vías respiratorias altas, amígdalas, faringe, dientes o en la piel".

Sin embargo, no todas las infecciones derivan en fiebre reumática, pues muchas veces el germen ya ha desaparecido y la enfermedad se presenta entre ocho y diez días después.

Por su parte, el doctor Luis Alcocer Díaz Barreiro, jefe del Departamento de Cardiología Clínica del Hospital General de México, nos explica:

"De la infección por *estreptococo* a la inflamación del tejido conjuntivo hay un paso intermedio aún desconocido. Parece ser un fenómeno inmunológico, porque se necesita de una susceptibilidad especial para desarrollar la fiebre reumática", agrega.

Quién padece la fiebre reumática

El especialista asegura que la fiebre reumática no es contagiosa, "lo que se contagia es el microorganismo del *estreptococo* que puede encontrarse en cualquier persona con infección, aun cuando no tenga o haya tenido la enfermedad (fiebre reumática).

"En ciertos individuos el *estreptococo* es un huésped más en la garganta y no causa mayores problemas; en otros, se trata de un germen patógeno que invade la garganta y provoca la infección; y en otros más, es un germen que, después de la invasión de los tejidos, produce ese cambio capaz de originar la fiebre reumática.

"Depende en gran medida de las defensas inmunológicas del sujeto, aunque un factor importante en la transmisión de esta enfermedad es el hacinamiento, pues el germen se contagia a una distancia no mayor de 30 centímetros".

Ambos entrevistados revelan que, de acuerdo con estadísticas del sector salud, los primeros brotes de fiebre reumática aparecen en personas jóvenes de 4 a 18 años, y con mayor frecuencia en niños de siete años.

El doctor Amezcua Valadez afirma que: "De cada mil niños aparentemente sanos, cinco padecen o han

padecido la fiebre reumática, y de éstos, el 70 por ciento también desarrolla enfermedades del corazón".

Los síntomas de la fiebre reumática

La fiebre reumática tiene dos fases: la fase aguda y las secuelas. En las secuelas se manifiestan las lesiones del corazón, mientras que la fase aguda es el momento de la inflamación del tejido conjuntivo y sus manifestaciones son muy específicas.

Entre los principales síntomas se encuentran los dolores musculares (poliartritis migratoria), el ataque al corazón (carditis), el llamado Mal de San Vito, o movimientos involuntarios de la cara, brazos y tronco, las pequeñas tumoraciones bajo las articulaciones (nódulos) o las manchas rosáceas en el pecho y espalda (eritema marginado).

Por otra parte, las manifestaciones menores de esta enfermedad son: sangrado por la nariz, falta de apetito, debilidad, dolores musculares sin inflamación y dolores en el aparato digestivo. La combinación de síntomas es un auxiliar para que el médico haga un diagnóstico adecuado.

Importante acudir a un medico cuando se tienen molestias en los dientes.

El tratamiento

Debido a que la fiebre reumática es consecuencia de infecciones *estreptocócicas*, es necesario eliminar al germen, atendiendo correctamente la infección desde sus inicios. Para ello, deben tomarse todos los medicamentos y seguir las indicaciones que el médico dé al paciente.

"Generalmente, dice el doctor Díaz Barreiro, se recetan inyecciones intramusculares, pero el medicamento es de penicilina benzatínica; o eritromicina, en pacientes alérgicos a la penicilina. No hay ningún otro medicamento para acabar con el microorganismo".

A decir del cardiólogo, muchas personas se autorrecetan con medicamentos del tipo de la *Pantomicina* o cualquier otro antibiótico antes de acudir a un médico; esto hace que el tratamiento no les funcione porque no es el adecuado y aunque la molestia desaparezca de momento, la infección seguirá latente mientras no sea exterminado el germen.

"Por eso, es importante acudir a un médico cuando se tienen molestias por infección en la garganta, los dientes o la piel, para recibir tratamiento y evitar posibles complicaciones posteriores".

Por otra parte, el galeno explica que cuando un paciente ha tenido fiebre reumática se sigue un tratamiento especial:

"Primero se elimina al germen mediante la aplicación de penicilina durante diez días, luego viene la profilaxis o tratamiento a largo plazo.

"Este consiste en la aplicación de penicilina benzatínica durante seis años ininterrumpidos, cuando el paciente no tuvo afección del corazón; en caso contrario, se aplicará durante toda la vida. **Todo esto bajo vigilancia médica**".

Asimismo, el doctor Díaz Barreiro señala que algunos de los impedimentos para que los pacientes sigan los tratamientos adecuadamente son por hacer caso de mitos, como el de que la aplicación constante de penicilina acaba con los glóbulos rojos o vuelve impotente al paciente, lo cual es totalmente falso.

"Otro mito, también muy arraigado, es el de que con la extirpación de las 'anginas' se acaba el problema; aseveración falsa, porque si le extraen las amígdalas al paciente (cosa que muchos médicos hacen para obtener dinero), el microbio puede ir a otro lado y, de todas formas, existe el riesgo de desarrollar la fiebre reumática.

"La única manera de acabar con la enfermedad y el microbio es la aplicación de la inyección de penicilina. Es la forma barata y eficaz de curarse y prevenir males mayores que nos pueden costar millones de pesos y hasta la vida", finaliza el especialista.

Para recibir atención médica o solicitar mayor información, puede acudir a la clínica u hospital del sector salud más cercano a su domicilio.

Marta Sandra García Macías

En el baño, ¡no la riegue!

Para ahorrar mucha agua

La explosión demográfica en las grandes urbes, así como el crecimiento de sectores agrícolas e industriales, son algunos factores que han contribuido al aumento constante de la demanda de agua y, por ende, a la escasez del vital líquido.

El problema del agua, sobre todo en las grandes ciudades y zonas conurbadas, obliga a emprender obras complejas y costosas para abastecer a la población del país. Sin embargo, todavía existen, según datos de la Comisión Nacional del Agua, 25 millones de mexicanos que no cuentan con el preciado líquido o que tienen graves problemas para conseguirlo.

Llevar el agua a los diversos centros urbanos cuesta miles de millones de pesos; no obstante, todavía existen muchos consumidores que la desperdician, debido a la falta de información y orientación para un uso racional del líquido.

Por ello, diversas entidades han emprendido campañas para reducir el consumo mediante la aplicación de nuevas tecnologías que ayuden a ahorrar agua, como la instalación de excusados de bajo consumo que utilicen un máximo de seis litros por descarga.

Por qué son convenientes los nuevos muebles

Los muebles de baño convencionales (excusados) vierten al drenaje entre 15 y 20 litros de agua cada vez que se acciona la palanca. A este desperdicio se añaden los desperfectos en sus mecanismos, que suelen causar fugas. Estas, aunque son pequeñas, llegan a ser significativas si se multiplican por los miles de aparatos que hay en el país.

Es por esta razón que el Gobierno Federal y los fabricantes de muebles sanitarios acordaron la fabricación y comercialización de excusados que utilicen un máximo de seis litros por descarga, tomando como referencia la norma oficial mexicana NOM-C-328/2-1986.

Dicha norma establece los estándares de calidad que deben reunir todos los excusados:

Eficiente funcionamiento con seis litros de agua por descarga.

Hermeticidad completa en los herrajes.

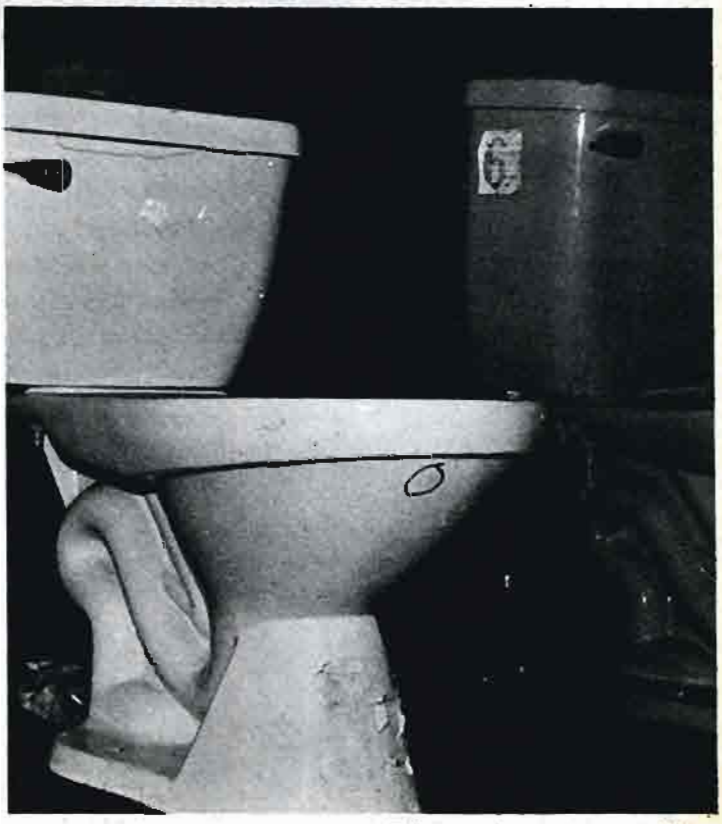
Muebles libres de grietas y fracturas.

El excusado debe llevar, en forma legible e indeleble, la marca de control de calidad NOM.

Productos eficientes

Para garantizar un buen funcionamiento del tanque del excusado, también se fijó la norma obligatoria en válvulas para tanque NOM-C-344-1987, ya que gran parte de las fugas que presentan estos muebles se deben a fallas en los mecanismos de llenado y vaciado de los tanques.

Esta norma dispone los estándares de calidad, duración y hermeticidad que deben reunir los componentes de las válvulas y ac-



Estos son los nuevos modelos.

cesorios que conforman los herrajes de los muebles sanitarios.

Al igual que el excusado, el herraje debe llevar la marca de control de calidad NOM.

Las normas de excusados y herrajes disponen que los productos deben estar marcados o etiquetados en forma legible e imborrable con los siguientes datos:

En los excusados:

Marca registrada o símbolo del fabricante.

Leyenda "Hecho en México".

Número del lote.

Grado de calidad del mueble: A o B.

Nombre y modelo del producto.

En los herrajes:

Marca registrada o símbolo del fabricante.

Leyenda "Hecho en México".

Número del lote.

Nombre y modelo del producto.

Instructivo.

Cómo comprar sus muebles de baño

A continuación le proporcionamos algunas recomendaciones de compra:

Certifique que los excusados y sus accesorios lleven etiqueta NOM de control de calidad.

Verifique que la etiqueta de la marca del excusado, indique la calidad A o B del mueble y corresponda al que usted va a comprar.

Revise que los herrajes estén completos y que se incluya la garantía.

Si posteriormente el excusado o el herraje no funciona eficientemente, exija el cambio de la pieza, del componente o del mueble sanitario.

El agua nos pertenece a todos y es responsabilidad de todos ahorrarla y darle un uso adecuado. A continuación le brindamos una serie de sugerencias para el uso y mantenimiento de su mueble de baño:

Vigile que no existan fugas.

Verifique que después de usarlo, el agua no siga fluyendo a la taza del excusado.

Vea que los desechos sean desalojados completamente con una descarga del tanque.

Asegúrese de que en el tanque, el agua no rebase la marca del nivel.

Revise que el cono de la válvula de salida no esté roto y asiente perfectamente.

Lave periódicamente el tanque del excusado.

Limpie frecuentemente los empaques y la válvula de salida.

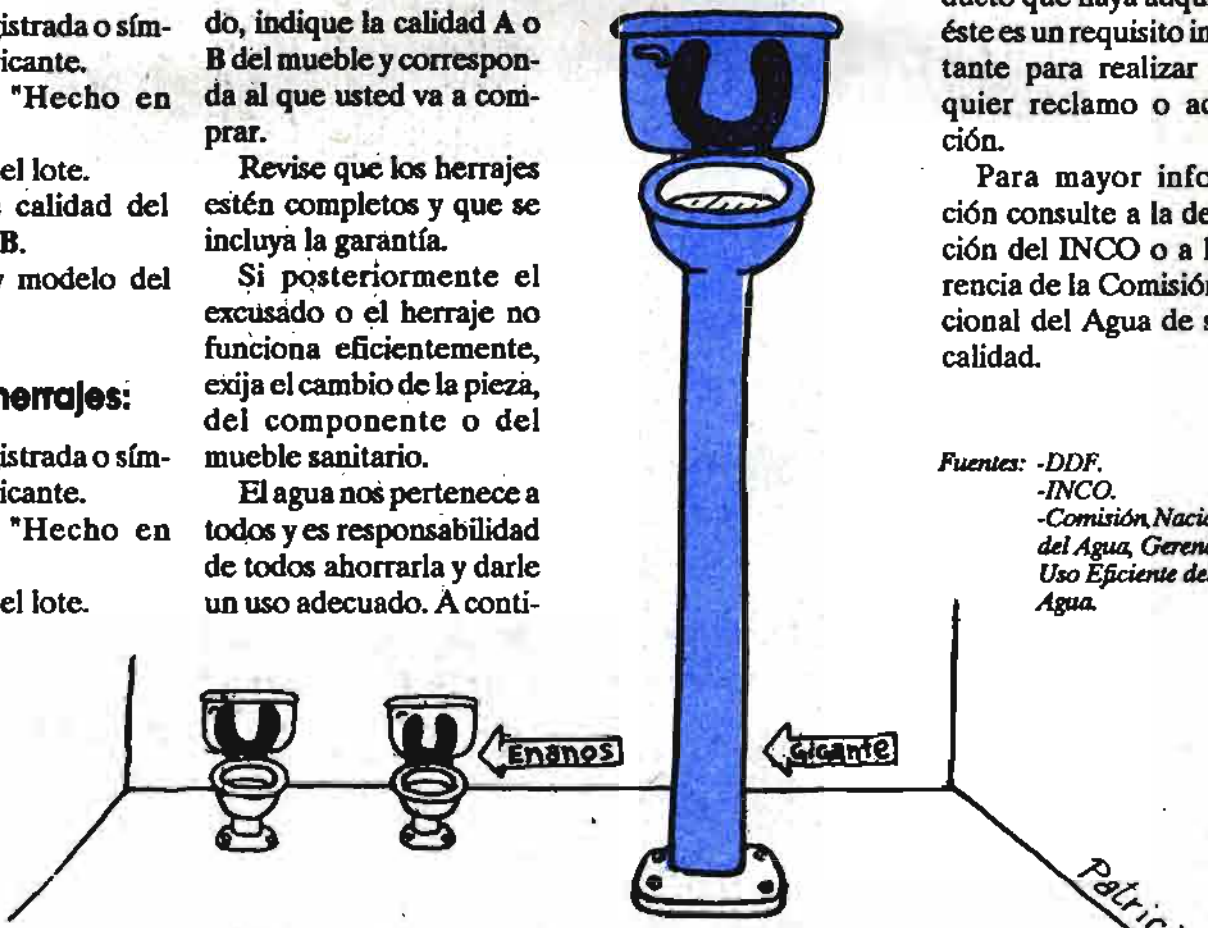
No utilice el excusado como basurero.

Recuerde que todas las partes del mueble sanitario tienen garantía.

Exija siempre la factura o comprobante del producto que haya adquirido; éste es un requisito importante para realizar cualquier reclamo o aclaración.

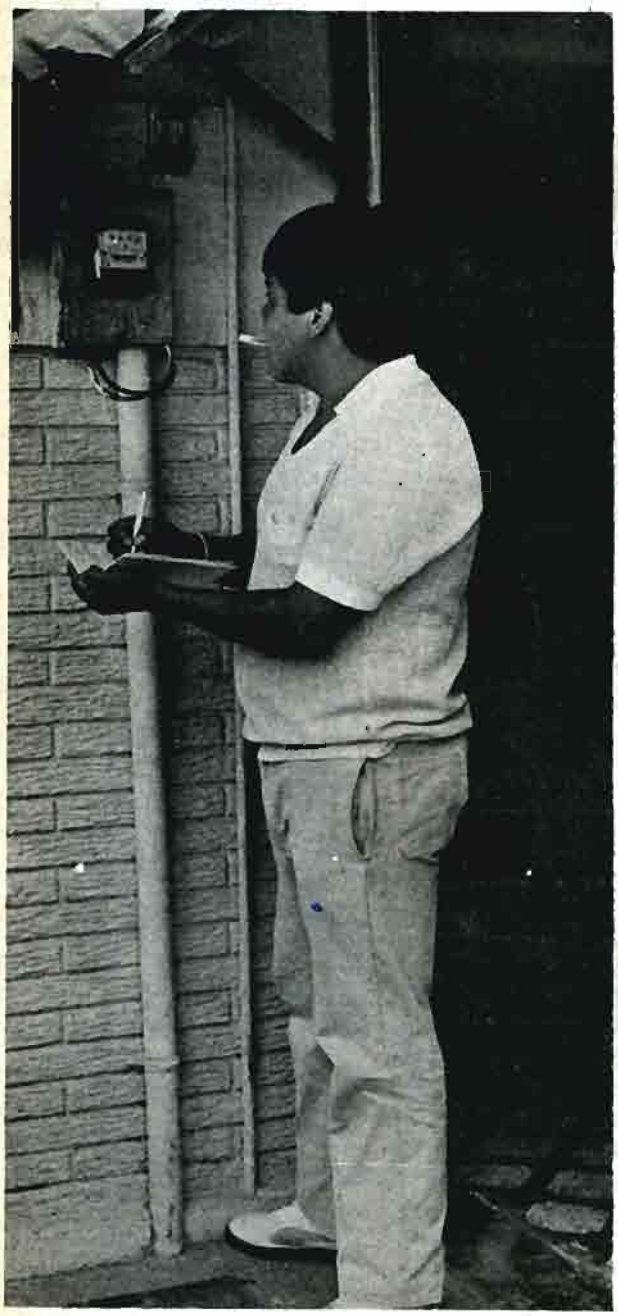
Para mayor información consulte a la delegación del INCO o a la gerencia de la Comisión Nacional del Agua de su localidad.

Fuentes: *-DDF.*
-INCO.
-Comisión Nacional del Agua, Gerencia de Uso Eficiente del Agua.



En el circo...

Para ahorrar energía eléctrica



El pago por el servicio de luz puede ser bajo, si toma en cuenta algunos consejos sencillos.

La facilidad con que disfrutamos de la energía eléctrica en nuestros hogares provoca que muchas personas olviden el valor de este servicio y lo desperdicien en una forma lamentable.

El dispendio de energía eléctrica, además de afectar el bolsillo del consumidor, contribuye a agotar las reservas nacionales y a modificar negativamente los sistemas de distribución en nuestro país.

De un foco, poco

Para que usted se convierta en un consumidor consciente y ahorrador de pesos y electricidad, le aconsejamos que tome en consideración las siguientes sugerencias:

Ante todo, apague la luz y los aparatos eléctricos cuando no se estén utilizando y emplee focos de poca intensidad en lugares como pasillos, jardines, patios, etcétera; recuerde que no se trata de "iluminar más" sino de "iluminar adecuadamente".

Busque la manera de distribuir la luz en las habitaciones de su casa; recuerde que sólo requiere de focos de baja intensidad que le permitan ver los objetos y el espacio para poder desplazarse.

En todo caso, puede iluminar zonas de manera concentrada.

En áreas tales como patios y pasillos, la iluminación de un foco de 25 ó 40 watts le permitirá desplazarse bien.

En salas y comedores, donde no se requiere de mucha luz, los focos de 60 ó 70 watts proporcionan iluminación suficiente.

En la cocina, por su propia seguridad, es conveniente contar con luces de mayor intensidad, ya que el manejo de ollas calientes y el uso de las hornillas lo amerita; en este caso sí es recomendable el uso de focos de 75 watts o lámparas fluorescentes de 20 watts cuya intensidad lumínica es similar.

En zonas de estudio o lectura es recomendable utilizar lámparas de pedestal o de mesa, que brindan una iluminación concentrada en el área de trabajo.

Ahorre energía

Recuerde que usted puede hacer uso moderado de la electricidad sin

privarse de las comodidades y beneficios que ésta ofrece; para ello le proporcionamos una serie de sugerencias que esperamos le sean de utilidad.

■ No deje encendidas lámparas, radios, televisores u otros aparatos que nadie esté utilizando. No olvide que éste es el desperdicio más común entre el público consumidor.

■ Utilice correctamente sus calentadores o enfriadores de ambiente; el uso de estos aparatos es común en algunas zonas de nuestro país donde los climas son extremos y se requiere mantener una temperatura agradable en hogares, escuelas y centros de trabajo. En estos casos, se recomienda no calentar o enfriar los cuartos cuando están deshabitados; evite entradas o salidas de aire por pequeñas que sean. Si el control es manual, ajuste o apague el termostato en cuanto alcance una temperatura aceptable.

■ Mantenga en buen estado los aparatos y la instalación eléctrica. Además de evitar accidentes, tendrá un ahorro en energía y en reparaciones. Nunca utilice monedas o papel de estaño en sustitución de los fusibles.

Cuidado con los "ladrones"

Nunca use "ladrones" o contactos múltiples, particularmente en aparatos que emplean una resistencia eléctrica, porque lo único que conseguirá será sobrecargar su instalación con peligro de provocar un corto circuito.

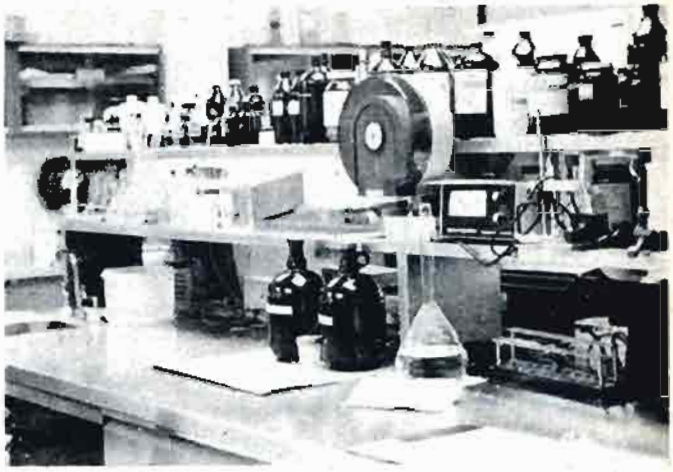
Para verificar si su instalación eléctrica funciona bien, apague todas las luces y si el medidor continúa girando, significa que existe un corto circuito.

Por último, procure que su plancha quede conectada individualmente; la concurrencia de varios aparatos en el mismo enchufe provoca que todos operen deficientemente y se consuma más electricidad.

Y recuerde: ahorrar energía beneficia a todos.

Laboratorios clínicos

Que no le chupen la sangre



El equipo e instrumental puede ser garantía de calidad.

Cuando tenemos la necesidad de solicitar los servicios de un laboratorio de análisis clínicos muchas veces nos preguntamos: ¿a dónde ir? ¿cuál es el mejor? ¿es seguro?

Según algunos especialistas entrevistados por la **Revista del Consumidor**, los pacientes difícilmente sabrán contestar estas preguntas. "Es el médico quien envía a sus pacientes a un lugar determinado", reconoce el doctor Francisco Durazo Quiroz, jefe de laboratorio del Hospital Mocel y miembro del Consejo de Laboratorios Clínicos A.C., reconocido por la Academia Nacional de Medicina.

De acuerdo con el galeno, la selección de un laboratorio depende de la experiencia profesional, el conocimiento y la ética del médico, porque no todos cuentan con el personal y equipo adecuados.

Por otra parte, el doctor Ramón Barreda Ramírez, director de Radiología e Imagen y Medicina Nuclear y presidente fundador del Consejo Mexicano de Radiología e Imagen A.C., coincide con lo anterior y agrega:

"Muchos laboratorios funcionan con éxito debido a que dan un cierto porcentaje de ganancias al médico por enviar un enfermo a sus instalaciones. El problema reside en que la mayoría de estos lugares no realizan estudios de calidad.

"Se ha visto, continúa, que el médico que recibe estos porcentajes manda pacientes que no requieren de los estudios. Otras veces, los estudios son de tan mala calidad que no se pueden interpretar para realizar el diagnóstico. El médico lo sabe pero no le da importancia y son estudios que van al bote de la basura, aun cuando el paciente estuviera enfermo y necesitara el resultado. Depende, pues, de la ética del galeno".

Factor dinero

Otro factor que orilla a los pacientes a escoger determinados laboratorios de análisis, es el precio. Algunos consumidores entrevistados coincidieron en que los establecimientos lujosos son mejores en comparación con los que cobran poco, pues suponen un mejor servicio así como personal y equipo técnico especializados.

Laboratorios vemos...

Ahora bien, ¿cómo saber cuándo un laboratorio es confiable?

Los precios varían de un laboratorio a otro. Consulte al INCO.

A pesar de que generalmente el consumidor carece de conocimientos adecuados, existen ciertas pautas que pueden presuponer la confiabilidad de un laboratorio. El doctor Francisco Durazo Quiroz nos explica:

"Los factores que debe reunir un laboratorio para ser confiable son: tener personal humano capacitado, contar con equipos adecuados y llevar un buen control de calidad.

"En cuanto a instalaciones y funcionamiento, corresponde a la Secretaría de Salud la expedición de las licencias sanitarias, luego de verificar que el lugar reúna las condiciones necesarias de higiene, equipo, material y personal".

Al respecto, la Dirección de Regulación de los Servicios de Salud, precisó: "no es posible decir cuál es el mejor laboratorio; sin embargo, se pueden detectar los establecimientos que funcionan debidamente, según las disposiciones legales correspondientes, ya que se distinguen, entre otros aspectos, por contar con un médico responsable y médicos especializados" (véase cuadro anexo).

Tanto el doctor Durazo como el doctor Barreda reconocen que un laboratorio debe tener a su disposición los instrumentos y aparatos necesarios para determinar el mínimo de pruebas: de química sanguínea, biometría hemática, examen de orina, coproparasitológico y, sobre todo, un responsable que esté adscrito a su consejo médico respectivo con un certificado que avale al especialista, y que esté aprobado por la Academia Mexicana de Medicina.

A quién acudir

Además del precio (que varía de un lugar a otro según el tipo de estudio, los reactivos que se utilicen para el análisis, etcétera), los consumidores suelen quejarse de que el estudio salió mal o les dieron mal trato, pero rara vez acuden a expresar sus querellas en alguna institución.

En lo que se refiere a **las quejas y denuncias por incumplimiento o mal servicio, el consumidor puede presentar su inconformidad en la delegación de la Procuraduría Federal del Consumidor más cercana a su domicilio.**

Por otra parte, cuando el estudio salió mal, o se tiene queja contra algún prestador de servicio, se debe acudir a la Procuraduría de Justicia del Distrito Federal correspondiente. "El consumidor tiene todo el derecho a presentar sus denuncias por negligencia o responsabilidad personal del profesional; existen peritos, incluso de la Academia de Medicina, que analizan este tipo de casos y se encargan de determinar la responsabilidad de los especialistas; el paciente ya no está tan desprotegido", finaliza el doctor Durazo Quiroz.

Marta Sandra García Macías

Precios y calidades

Los especialistas sugieren comparar precios y calidad del servicio en distintos laboratorios de análisis clínicos. **Las diferencias de precios por los servicios de laboratorio varían considerablemente de un establecimiento a otro. Si desea obtener información sobre los precios de algún estudio radiológico, llame a los teléfonos de la oficina del INCO más cercana a su localidad.** Una opción son los laboratorios del sector salud (ISSSTE, SS).

Aunque es difícil saber cuándo un gabinete radiológico ofrece servicios de calidad, recuerde que algunas de sus características son:

- Contar con personal especializado: médico responsable, médico especializado, técnicos, enfermeras y, en su caso, personal administrativo.
- Tener las siguientes áreas: de recepción, vestidor y baño; de preparación, de estudios o tratamiento (para llevar a cabo los procesos de revelado y procesar las películas impresas del estudio de criterio); de criterio (para aclarar la calidad de los estudios y, en su caso, solicitar otros); de interpretación (para el análisis del estudio y la elaboración del diagnóstico); de archivo, séptica (para el lavado del instrumental); de almacén y servicios sanitarios.

Puede solicitar mayor información en la Dirección de Regulación de los Servicios de Salud, ubicada en José Antonio Torres núm.661, colonia Asturias.

UN NUEVO SISTEMA PARA CLASIFICAR PRODUCTOS

El desarrollo de la tecnología ha incursionado en todos los campos convirtiéndose en una herramienta indispensable para el crecimiento industrial y comercial. En la actualidad, en las grandes tiendas comerciales existe un novedoso sistema, llamado código de barras, que evita al consumidor largas horas en la "cola" de la caja registradora.

¿Qué es el código de barras

En 1977, representantes de la industria y del comercio de 12 países europeos tomaron la decisión de formar una organización a la cual llamaron *European Article Numbering Association* (EAN). Al poco tiempo se unieron países no europeos y la agrupación cambió su nombre por el de *International Article Numbering Association*. No obstante, conservaron las siglas EAN para identificar el sistema de codificación y simbolización. En México, la filial de EAN Internacional es la Asociación Mexicana del Código del Producto (Amecop).

Lourdes S. de la Vega, licenciada en Relaciones Industriales y gerente general de Amecop, platica con los lectores de la **Revista del Consumidor:**

"El código de barras o código del producto está basado en que todos y cada uno de los productos están identificados con un número y con una serie de barras y espacios paralelos de anchos variables, los cuales son leídos por equipos ópticos ('escáners') especiales.

"El código sirve a todos aquellos industriales que desean tener un sistema completo de información de todos los productos que ellos expenden. Qué hay y qué no hay, en pocas palabras.

"La información que 'lee' el escáner, se envía a la computadora central de la tienda o almacén e inmediatamente la descripción del producto y el precio de venta se imprimen en el recibo o *ticket* que se le entrega al cliente. Así, el consumidor tiene un recibo detallado de su compra y mayor exactitud en el cobro de la mercancía.

El visto bueno

La representante de Amecop apunta: el código no afecta la calidad o la presentación de los productos ya que "la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, se ha encargado de vigilar que, además de las barras, aparezca bien especificado el precio; a su vez, la Secretaría de Salud verificó que el código no interfiera en las leyendas legales de la etiqueta; y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, autorizó y verificó el manejo de las redes de comunicación y tecnología".

Componentes del código

La lectura de los datos se hace a través de un código numérico de 13 dígitos que identifica al producto:

tres números identifican al país de origen; cinco, definen al fabricante; cuatro al producto y, por último, hay un dígito verificador.

Para entender claramente el código del producto, analicemos el que corresponde a la **Revista del Consumidor.**

Zonas claras. Es el área cercana a los separadores laterales que contienen el símbolo, incluyendo el primer prefijo del país. En este caso es el número 7. Las zonas claras junto con los espacios permiten que el escáner "reconozca" el símbolo. Si el código se imprime sin estos elementos, es posible que el rayo láser no lo reconozca, y por lo tanto no lea la información.

Separadores laterales. Son las señales de inicio y final del símbolo.

Prefijo del país. Está determinado por los tres primeros dígitos. Se imprime a la izquierda del separador inicial. EAN asigna a cada país un número de identificación. En el caso de México es el 750, cifra que aparecerá en todos los productos mexicanos.

Número de fabricante. Está compuesto por cinco dígitos y la Amecop lo asigna. Este número es único para cada empresa. Observe el número 99970.

Separador central. Divide el símbolo en dos partes, izquierda y derecha.

Número del producto. Son cuatro dígitos asignados por el fabricante, que identificarán a cada uno de los productos. El INCO le asignó a nuestra revista el número 7834.

Dígito verificador. Es utilizado por el escáner para la verificación de cualquier error. Observe usted el número 2.

En el caso de las publicaciones seriadas, se anexan varias cifras que corresponden al número que está en circulación. En el caso de la **Revista del Consumidor** se le asignó el número 04, correspondiente al cuarto número, publicado durante el presente año.

Existen dos versiones de este código; el EAN-Amecop 13 y el EAN-Amecop 8.

El primero es de uso más generalizado. Su tamaño es de 24.5 mm de alto por 31.35 mm de ancho.

El EAN-Amecop 8 requiere de un área de 21.64 mm de alto por 22.11 mm de ancho. Esta reducción en el área es resultado de un método especial que consiste en eliminar algunos dígitos en el código. No siempre es posible utilizar esta versión ya que requiere de la autorización de Amecop.

La combinación ideal de colores es barras negras sobre fondo blanco.

El consumidor

Aunque el sistema del código del producto fue desarrollado originalmente para los supermercados y grandes tiendas departamentales, su uso hoy en día se ha extendido a diferentes negocios, pues funciona para todo aquello que requiera de un control. Actualmente, según datos proporcionados por la gerente general de Amecop, Lourdes S. de la Vega, "en México, 48 proveedores utilizan esta tecnología. Entre ellos, 17 cadenas de tiendas de autoservicio, 25 agrupaciones de compradores especializados, cuatro tiendas departamentales y 35 industrias.

"Las ventajas de este sistema para el consumidor son, entre otras, menos tiempo en el supermercado; mayor rapidez en la caja registradora; mayor precisión en la identificación automática y exactitud en el cobro de la mercancía; un recibo detallado de la compra y mejor surtido en la tienda".

Patricia Briseño

Fuentes: -Dirección General de Normas, Secofi.
- Dirección General de Control Sanitario, Secretaría de Salud.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

¿Bombas en la azotea?

Sprite, se voló la barda y las leyes.

Una de las preocupaciones sustantivas del Instituto Nacional del Consumidor ha sido señalar las transgresiones y excesos en los que incurren algunos publicistas que, al hacer uso de textos, sonidos e imágenes en la promoción de bienes y servicios, engañan, mal informan o confunden al consumidor.

Con base en lo anterior, la **Revista del Consumidor** se dio a la tarea de analizar algunos anuncios colocados en la vía pública que, por sus características, violan la ley que regula esta actividad.

Esa pared que no me deja ver...

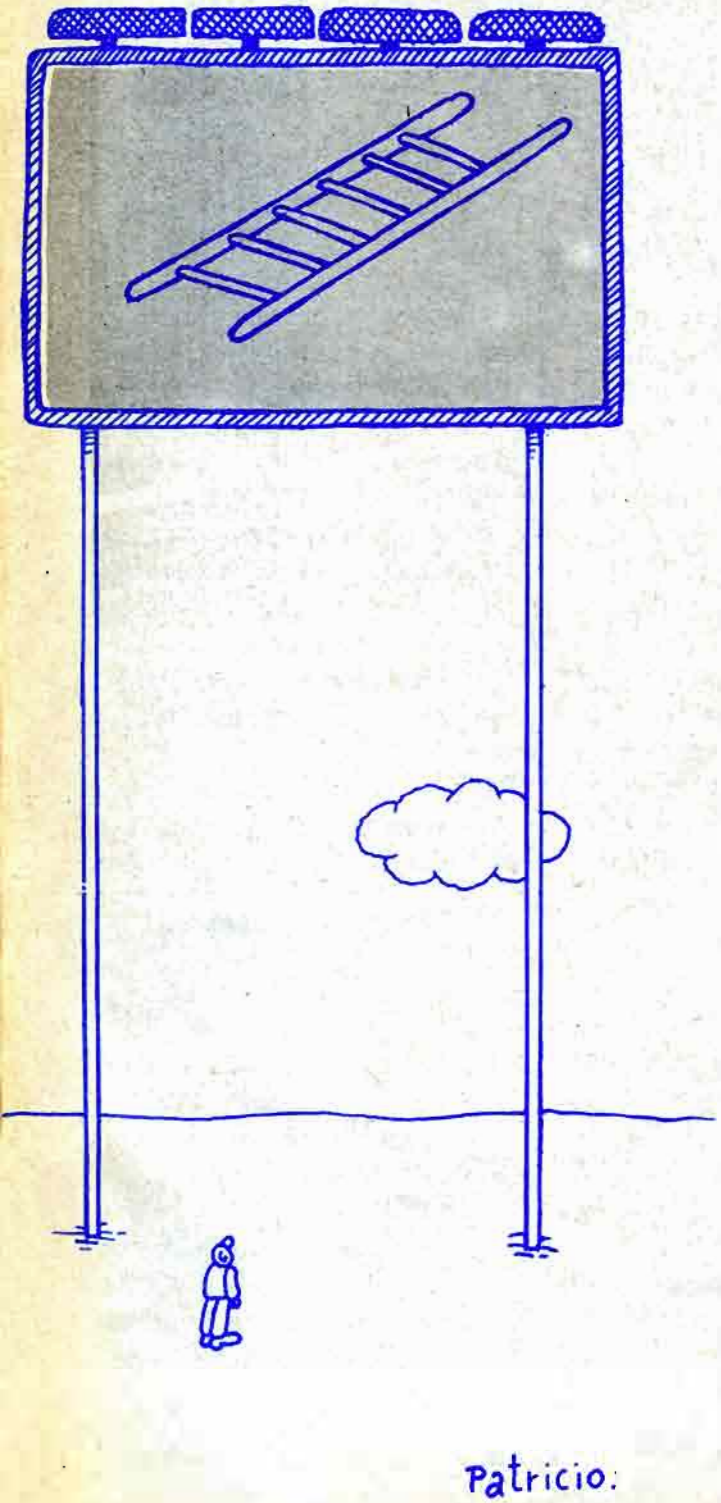
El ejercicio de la publicidad ha encontrado en los muros de los edificios un espacio idóneo para la promoción de bienes y servicios, gracias a que las enormes dimensiones de estos sitios amplían las posibilidades de que el mensaje sea visto tanto por los automovilistas como por los peatones.

Un caso concreto, no sólo del uso de muros con fines publicitarios sino del abuso y atropello a las disposiciones del Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal (RADF), es el mensaje de refrescos embotellados **Sprite**, localizado en la Avenida Insurgentes Sur casi esquina con Félix Cuevas, en la ciudad de México.

Dicho anuncio se encuentra pintado en el costado de un edificio; su diseño destaca únicamente la marca **Sprite**, pero el tamaño del mismo excede el 5 por ciento de la superficie utilizada, con lo cual

se contraviene lo dispuesto en el artículo 39 del citado reglamento, el cual especifica claramente que la marca de un producto no debe exceder dicho porcentaje en publicidad instalada en edificios.

Asimismo, es necesario mencionar que los anuncios "no comerciales" son aquellos que no promueven explícitamente el consumo de un producto sino que sólo manejan el nombre de la empresa, el emblema o la marca promocionada ("anuncio nominativo"), como es el caso del refresco **Sprite.**



Un bombazo

El anuncio que la **Compañía Papelera Escolar** tuvo a bien colocar en la parte alta de su establecimiento localizado en Bartolache y Félix Cuevas, en la ciudad de México, es un ejemplo de cómo algunos anunciantes utilizan la agresividad y la exageración para hacer más "atractivos" sus productos.

Dicho anuncio inscribe en la parte superior la leyenda "para cumplir con tu misión escolar, **Compañía Papelera Escolar**", mientras que en la parte inferior se pueden observar cuatro cartuchos de dinamita a punto de hacer explosión.

En este caso los publicistas infringen el artículo 7 del Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal, el cual advierte que "no se otorgará licencia o permiso para la fijación, instalación o colocación de anuncios cuyo contenido haga referencia a ideas o imágenes con textos o figuras que inciten a la violencia".

Este anuncio parece plantear que la labor escolar es toda una aventura, en la que se viven peligros y luchas campales. Una guerra en donde se desconoce al enemigo.

No podemos dejar de lado el manejo agresivo y violento de esta publicidad en abierta transgresión de las disposiciones legales vigentes.

Los artículos 69 y 90 del Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal establecen la denuncia popular, por lo que todas las personas podrán denunciar, ante su delegación política, aquellos anuncios que puedan poner en peligro la salud, la vida o la integridad física de las personas y la seguridad de las cosas; bastará con señalar por escrito los datos que permitan localizar el lugar donde esté ubicado el anuncio respectivo.

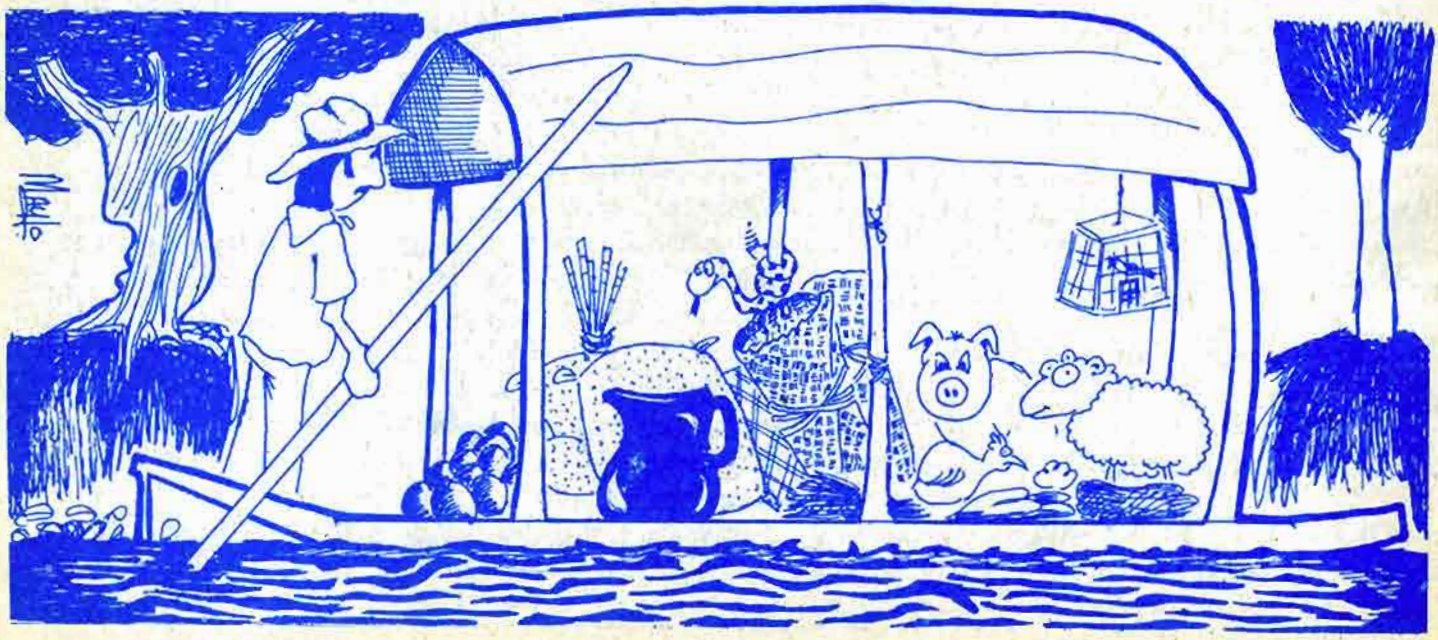
Recuerde, el Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal es suyo, ¡hágalo valer!

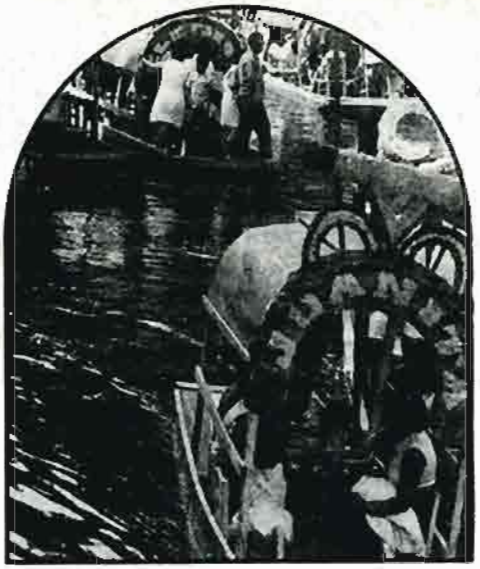
Patricia Briseño

Las trajineras del Valle de México

Cecilia era hija de una trajinera, y esta palabra necesita una especial explicación. Las lagunas del Valle de México y los canales de Chalco, de la Viga y otros, son surcados por embarcaciones, todavía en el estado que tenían cuando Hernán Cortés peleó con sus bergantines en estos sitios pintorescos y memorables. Las chalupas angostas y largas pueden apenas contener una persona sentada o de pie, remando, pero con la condición de guardar perfecto equilibrio, pues el menor movimiento hace volcar la ligerísima embarcación, que parece más bien hecha para regatas. La canoa común es de dos popas planas, de modo que corta el agua y se gobierna con dificultad. Sus dimensiones son comunes y sirve para conducir carga. Las trajineras son ya otra cosa, como si dijéramos los navíos de tres puentes de esta primitiva marina. Son muy grandes y anchas. En el centro, y cubiertos con unos toldos de petate, están los camarotes para los pasajeros que, para dormir con más comodidad, llevan su colchón y su ropa de cama, y salvo los mosquitos, y en unas temporadas el calor y otras el frío, pueden pasar una noche tan cómoda como en su propia alcoba, atravesar durante la noche el canal y despertar en el muelle; es decir, cerca de la plaza principal de la ciudad de Chalco. La popa y proa de las trajineras vienen cargadas de pilones de azúcar, tercios de panocha y piloncillo (planchas redondas de azúcar no clarificada y pequeños trozos de pilones hechos con la miel de caña que destila el azúcar al blanquearse), de millares de naranjas y limas y de racimos de plátanos. Como esas producciones son de la tierra caliente, suelen estar acompañadas de alacranes, mestizos, del fabuloso escorpión y alguna que otra culebra que, buscando calor o leche, si alguna pasajera va amamantando algún chiquillo, le hace compañía toda la noche.

"Cecilia no era precisamente una de estas embarcaciones genuinamente aztecas. Esto no era posible,





ni lo pensará ningún lector. Una viuda rica establecida años atrás en Chalco, tenía una armada completa de canoas y chalupas de toda especie y tamaño. Pasaba por rica y lo era efectivamente; se le conocía con el nombre de 'La Trajinera', y pocos sabían cual era su nombre cristiano y la manera como había hecho su fortuna. Tenía seis hijos varones y con Cecilia eran siete. A su muerte, los licenciados del pueblo se comieron la mitad del capital; pero al cabo de varios años se repartió lo restante entre los herederos. A Cecilia le tocaron dos trajineras y doscientos pesos en dinero. Como durante la vida de la madre aprendió el oficio, es decir, intervenía en la carga y descarga de las canoas, cobraba los fletes, ajustaba y pagaba a los remeros y hacía frecuentes viajes a México, cuando se encontró sola y huérfana, pues cada cual de sus hermanos tomó su derrotero, se halló en disposición de manejar sus escasos bienes y de mantenerse por sí sola. Vendió una de las trajineras y se quedó con la otra para su servicio; hacía sus viajes a Chalco y las lagunas cuando era necesario y arrendó un buen local en la Plaza del Volador. Construyó un buen tejado, que podía cerrarse de noche, y que dedicó al comercio de frutas.

"En vez de disminuir, su capital aumentaba cada día. Giraba sus negocios y hacía sus cuentas exactamente con los dedos de la mano y con el auxilio de frijoles de diversos colores. Cada frijol negro valía un real; los blancos, una peseta; los palotes o colorados, un peso; con esto, unos tecomates en que se separaba esta nueva moneda que ella había creado y unos popotes gordos, no se equivocaba ni en un tlaco en sus cuentas corrientes, y cuidado que tenía muchas: con los remeros, con los fruteros de Cuautla y Cuernavaca y con diversos comerciantes de la plaza y marchantes que le pagaban por semanas la fruta y algunas legumbres finas que también vendía".

Fuente: Manuel Payno. Los Bandidos de Río Frío. Ed. Porrúa, S.A., México, 1977. pp. 105- 106.

"La medicina está enferma"

La medicina está enferma, del doctor Federico Ortíz Quesada*, es otro libro de la colección que el Instituto Nacional del Consumidor edita y que pronto pondrá a la venta con motivo de su XV Aniversario. Un texto interesante, donde el autor analiza con amplio conocimiento, la relación que existe entre la medicina y el consumo.

El encarecimiento de los servicios médicos –menciona el autor en uno de los capítulos–, es uno de los factores más importantes de la crisis médica.

El doctor Ortíz Quesada es miembro del Colegio Americano de Cirujanos y fundador del Colegio Mexicano de Urología.

Ha recibido importantes distinciones en Nueva York, Washington, Perú, Colombia, Ecuador y Venezuela. También es autor de una amplia producción bibliográfica en torno a diversos temas relacionados con la medicina.

El doctor Quesada, autor del espléndido libro sobre la industria médica y el consumidor.

En este libro, el especialista describe, analiza y documenta ampliamente los pros y los contras de la medicina moderna y sus nuevas tecnologías; la industria químico-farmacéutica, los nuevos medicamentos, y los precios de los fármacos que se consumen en México, entre otros temas.

También abunda sobre la automedicación, advirtiendo los efectos negativos de su práctica y los defectos de algunos medicamentos. En este sentido, Ortíz Quesada asegura que "una de las causas de la compra exagerada de medicamentos son las campañas publicitarias de la industria".

En este texto, perteneciente a la colección de "Libros del Consumidor" editada por el INCO, podemos hallar interesantes hipótesis del autor en lo que se refiere al uso y abuso de los fármacos por parte de cierto sector de nuestra sociedad. Al respecto, menciona que algunas personas consideran que los medicamentos son el alivio para todos sus males, ya sean físicos, mentales o sociales, pues conciben la vida, la felicidad y la salud como mercancías que pueden comprarse en el consultorio, en la farmacia o en el hospital.

En fin, este trabajo ofrece una serie de temas interesantes relacionados con la medicina y el consumo. Si usted se interesa en adquirirlo, con el fin de profundizar en la materia, puede buscarlo en librerías, centros comerciales, y oficinas del INCO en el Distrito Federal o en sus delegaciones estatales.

Recuerde que nuestra colección está formada por libros seleccionados y escritos especialmente para usted, donde los autores del INCO abordan las diferentes facetas que el fenómeno del consumo presenta en nuestra compleja sociedad.

** Federico Ortíz Quesada, nació en la ciudad de México en 1935. Se recibió de médico cirujano en la Facultad de Medicina de la UNAM y cursó estudios de posgrado en Urología en México y Nueva York. Entre sus libros médicos destacan Infecciones en las vías urinarias (1969), Adenocarcinoma renal en el adulto (1973), Vida y muerte del mexicano (comp. 1982), Bacteriuria (1985). Asimismo es autor de Salud de la pobreza (1983), La enfermedad y el hombre (1985), La medicina y el hombre (1986), y El acto de morir (1987).*

El INCO en Los Pinos

Con motivo del XV Aniversario del Instituto Nacional del Consumidor, los trabajadores y directivos de este instituto fueron objeto de una recepción por parte del Presidente de la República, licenciado Carlos Salinas de Gortari, en la residencia oficial de Los Pinos.

En el acto, al cual asistieron también el secretario de Comercio y Fomento Industrial, doctor Jaime Serra Puche, miembros fundadores y ex-directores del INCO, así como el titular de la Procuraduría Federal del Consumidor, el Primer Mandatario indicó que "el instituto seguirá apoyando el esfuerzo general por elevar la calidad de vida entre todos nosotros. El crecimiento y la recuperación que ya observamos están siendo acompañados por cambios en la planta productiva para ser más eficientes y competir mejor".

15 años de informar sobre precios y calidades.

Asimismo, el Ejecutivo manifestó que su administración se ha planteado el firme propósito de "estimular una nueva cultura hacia el consumo, más informada y racional. Las tareas que realiza para extender la cobertura del instituto a más ciudades y regiones para asegurar información más confiable, deben ahora tener un mayor impulso; ampliar sus investigaciones y estudios de calidad de productos, tanto para el consumidor como para el comerciante".

Por otra parte, el licenciado Salinas de Gortari señaló que "en el ámbito de su comercio interno y externo, México tiene grandes oportunidades y objetivos alternos. Al modernizar la planta productiva y el comercio nacional, habremos de fortalecer el consumo interno; como estrategia interna nos proponemos un bienestar popular.

"Los exhorto a continuar adelante con su trabajo. Lo han hecho con un profundo nacionalismo, con un claro compromiso social, lo han hecho bien y estoy seguro que lo harán mejor, para bien del instituto y, sobre todo, para bien de nuestra patria".

En su oportunidad, el doctor Serra Puche hizo referencia a las dos tareas sustantivas del INCO; una de corto plazo, orientada a proporcionar información al consumidor en torno al comportamiento del mercado dentro de los lineamientos del Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico; y otra, de largo plazo, encaminada a realizar y divulgar, periódicamente, estudios de calidad de los productos que los consumidores adquieren.

"Estas dos actividades, apuntó el funcionario, han representado para la sociedad mexicana realmente información y orientación que antes no tenía. Información y orientación que le permite racionalizar sus comportamientos de consumo y que, al mismo tiempo, posibilita al gobierno para continuar con los programas de estabilización".

Por su parte, la directora general del INCO, licenciada Margarita Ortega, señaló que éste ha intensificado sus esfuerzos y ampliado su presencia en todo el país para consolidarse "como una entidad de servicio a la sociedad y, simultáneamente, como un instrumento de apoyo a la estrategia de estabilización y concertación".

Luego de destacar que los contenidos elaborados por el INCO han encontrado un medio eficaz de comunicación a través de espacios televisivos y de medios impresos propios -el **Periódico** y la **Revista del Consumidor**-, la licenciada Ortega Villa de Romo, al brindar un reconocimiento a los trabajadores de mayor antigüedad del instituto, manifestó que "todos los trabajadores del INCO, con su esfuerzo de cada día, dan cuerpo a los programas del gobierno y llevan a la población una de las más nobles acciones del Estado mexicano".

Alimentación irradiada

El gobierno británico planea legalizar la irradiación de alimentos y la Comisión Europea piensa aprobar esta ley para 1992. En un año más se podrán comprar alimentos irradiados en cualquier tienda de Europa.

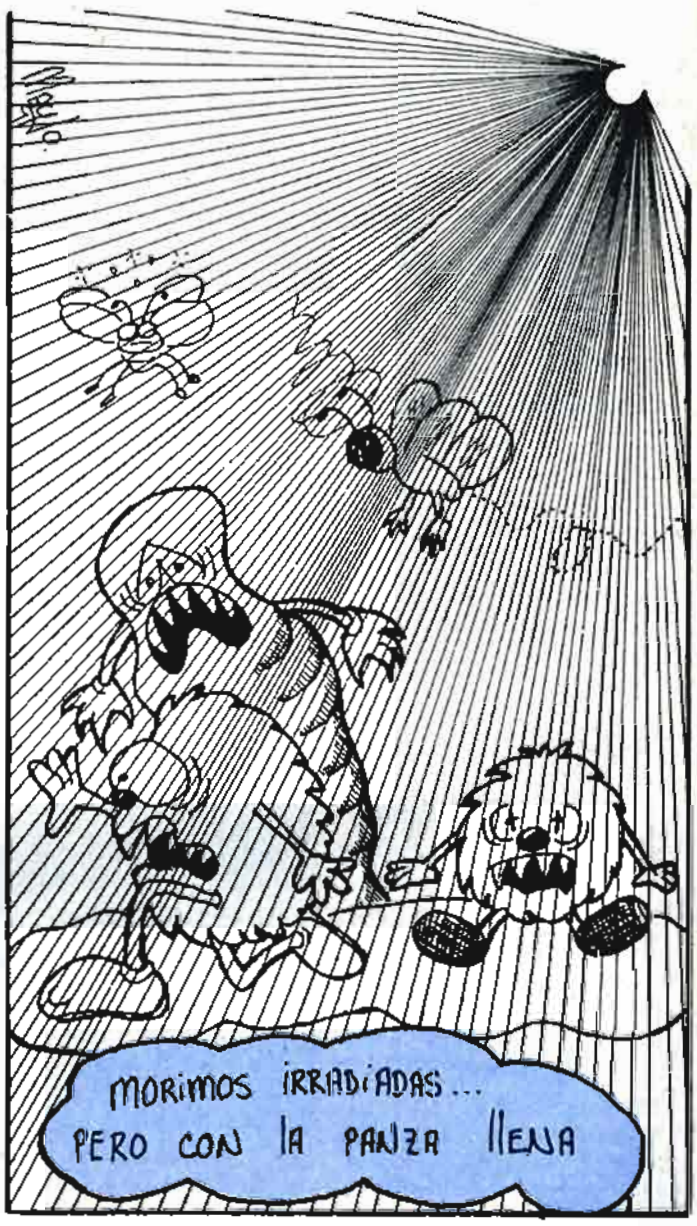
Una gran cantidad de consumidores, preocupados por ciertos reportes acerca de la seguridad que puede otorgar la irradiación de alimentos, no están dispuestos a experimentar con esta tecnología.

La radiación aniquila algunos insectos, hongos y bacterias que pueden echar a perder los alimentos o causar enfermedades al ser humano.

El proceso de irradiación de alimentos consiste en someterlos a dosis de radiaciones ionizadas de cobalto 60 y cesio 137, de uno a 100 millones mas poderosas que los rayos X.

Son 35 países del mundo los que han permitido el uso de la irradiación de alimentos. La Organización Internacional de Uniones de Consumidores y las Naciones Unidas, han establecido una moratoria en contra del uso y desarrollo de alimentos irradiados hasta que se resuelvan algunas incógnitas acerca de su necesidad, seguridad, etiquetación y control.

Fuente: Consumer Lifelines, IOCU. Revista Británica de Consumo Which?



El mejor flashazo

Al adquirir una cámara fotográfica hay que considerar que existen diferentes tipos y que todas tienen ventajas y desventajas.

Cámaras compactas: Pueden producir buenas fotografías y son fáciles de usar; la mayoría son pequeñas, ligeras y no muy caras. Sin embargo, se limitan únicamente a un ángulo de visión amplio y no son apropiadas para realizar acercamientos. El *flash* integrado tiene un campo de acción muy limitado.

Cámaras SLR: Son muy versátiles pues se pueden utilizar de diferentes maneras, debido a que cuentan con varios lentes de largo alcance que permiten al usuario encuadrar adecuadamente. Tienen excelente calidad de fotografía. No obstante, son muy pesadas, costosas y complicadas de usar.

Cámaras tipo *Bridge*: Todos sus accesorios son automáticos; el alcance del lente *zoom* es extenso, por lo que estas cámaras son más versátiles que las compactas. Sus desventajas son: no cuentan con lentes intercambiables, como la SLR, son más pesadas que las compactas y complicadas de usar.

Fuente: Consumer Lifelines, IOCU. Revista Británica de Consumo Which?

Fruta bien conservada

No obstante todos los adelantos en tecnología alimentaria, los investigadores siguen preocupados por encontrar métodos de conservación que permitan una larga vida a los alimentos sin detrimento de sus cualidades nutritivas. Uno de estos métodos consiste en aplicar una fina capa de cera a ciertos tipos de frutas, principalmente cítricos, para prolongar su vida.

Actualmente se trabaja en un proyecto para la obtención de pasta de algunas frutas altamente comerciales y perecederas como el plátano, el mamey y el chicozapote. Con esta pasta se pueden fabricar helados, yogures, gelatinas y galletas, entre otros productos. La idea es crear una tecnología que no sea muy cara y que permita emplear las frutas en procesos industriales o de consumo en tiempos de escasez.

El medio ambiente de los consumidores

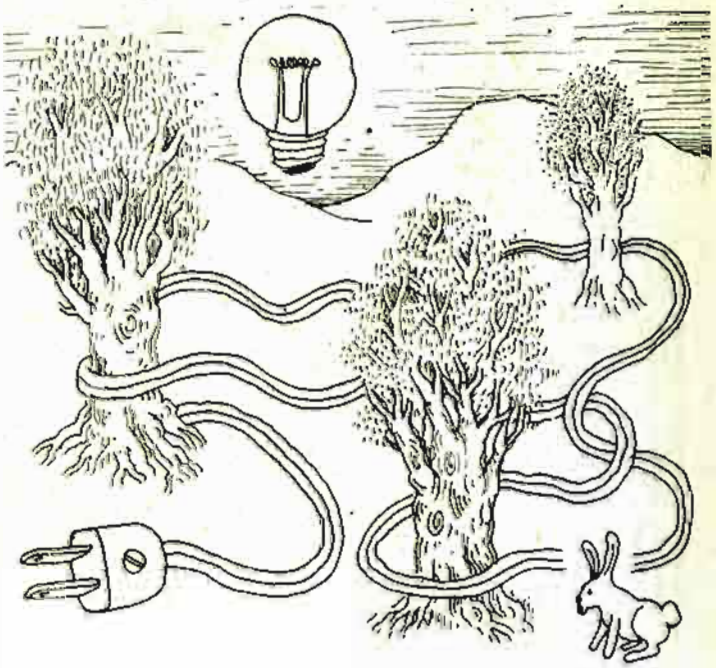
Según investigaciones y estudios científicos, el medio ambiente mundial, y principalmente el de nuestra ciudad de México, está en peligro.

Algunas acciones fundamentales en la preservación del ecosistema son:

Reducir el impacto de la electricidad sobre el ambiente.

Fomentar el uso del sistema de transporte público y de carga que sea menos dañino para la atmósfera.

Obligar a los fabricantes a presentar información adecuada para mejor uso de refrigeradores,



lavadoras, congeladores y otros productos.

Si todos usamos aparatos que consuman un mínimo de energía, será posible reducir la contaminación (lluvia ácida, desechos radioactivos, aumento de la temperatura), además de obtener un buen ahorro en la cuenta de la luz.

Fuentes: -El Afiliado, Impecsa
-Consumer Voice, Reino Unido

Delegaciones del INCO en la República

Si necesita información y orientación en materia de consumo, puede acudir a cualquiera de nuestras delegaciones en todo el país.

A continuación le proporcionamos las direcciones y teléfonos de las delegaciones del Instituto Nacional del Consumidor en los estados de la República Mexicana.

AGUASCALIENTES

Aguascalientes
91491 5 09 86
Lisette Reynaud Pulido
Plaza de la Convención
No. 105 Centro
Aguascalientes, Ags.
C.P. 20000

BAJA CALIFORNIA

Mexicali
9165 57 30 84
9165 57 30 85
Ramiro Paz Hernández
Pasaje Taxco 1092
Centro Cívico
Mexicali, B.C.
C.P. 21000

Tijuana (Representación)
9166 34 16 63
Enrique A. Hernández Cobiar
Av. Unión núm. 1616
despacho 5
Col. Marrón
Tijuana B.C.
C.P. 02400

BAJA CALIFORNIA SUR

La Paz
91682 5 54 00
Norberto Carrillo Ceseña
I. la Católica s/n (entre
Degollado y 16 de
Septiembre)
La Paz, Baja California Sur
C.P. 23000

CAMPECHE

Campeche
91981 1 06 72
Javier Curmina Rodríguez
Edificio Campeche local 30
Calle 10 núm. 268
Centro
Campeche, Camp.
C.P. 24000

COAHUILA

Saltillo
91841 6 02 23
6 02 62
Raúl de la Peña Segura
Boulevard Isidro López
Zertuche núm. 2101
(esq. Av. Universidad)
Saltillo, Coahuila
C.P. 25000

COLIMA

Colima
91331 4 69 49
José Luis Andrade Ibarra
Gabino Barreda núm. 24
Centro
Colima, Col.
C.P. 28000

CHIAPAS

Tuxtla Gutiérrez
91961 3 47 06
(nuevo)
3 42 77
Margarita Parra Betancourt
Calle Central y 2da. Avenida
Edif. Redondo 6o. piso
Centro
Tuxtla Gutiérrez, Chis.
C.P. 29000

CHIHUAHUA

Chihuahua
9114 16 31 42
16 31 45
Adán Ramírez Ponce
Paseo Bolívar y calle 3a.
Col. Centro
Chihuahua, Chih.
C.P. 31000

Cd. Juárez (Representación)
Ángel Canchola Carrasco
Av. 16 de Septiembre y
Guadalupe Victoria (antigua
Presidencia Municipal)
Centro

DURANGO

Durango
91181 3 13 03
Gloria Blanco Rodríguez
Pino Suárez núm. 1206 Pte.
Centro
Durango, Dgo.
C.P. 34000

Gómez Palacio (Representación)
9117 14 19 66
José Ramón Ruano Mireles
Morelos núm. 235 Norte
Centro
Gómez Palacio, Durango.

ESTADO DE MÉXICO

Toluca
91721 4 16 18
4 64 20
Gabriel Gama Flores
Morelos Oriente núm. 323
Centro
Toluca, Edo. Méx.
C.P. 50000

Naucalpan (Representación)
393-02-89
393-36-59
Juana Fermán Martínez
Enrique Zada
Moguerza núm. 16-A
Cd. Satélite
Naucalpan de Juárez,
Edo. de Méx.
C.P. 53100

GUANAJUATO

León
91471 7 44 55
7 49 82
7 36 76
Luis Octavio Medellín Ochoa
Boulevard Adolfo López
Mateos esq. Purísima
León, Gto.
C.P. 37320

Celaya (Representación)
9146 12 99 81
Yolanda Quiñones Hernández
Álvaro Obregón núm. 105
(altos), Centro
Celaya, Gto.
C.P. 38000

GUERRERO

Acapulco
91748 3 93 58
3 93 63
Otilia Hinojosa Loza
Hidalgo núm. 1 desp. 202
Centro
Acapulco, Gro.
C.P. 39300

HIDALGO

Pachuca
91771 2 66 66
2 66 55
José Francisco Espinosa
Vélez
Guerrero núm. 715
1er. piso desp. 116
Centro
Pachuca, Hgo.
C.P. 42000

JALISCO

Guadalajara
9136 11 80 00
11 39 25
11 84 96
12 81 06
Pedro Humberto Garza
Gómez
Niños Héroes núm. 1633
letra C. esq. Argentina
Col. Moderna
Guadalajara, Jal.
C.P. 44960

Cd. Guzmán (Representación)
9134 12 68 40
Daniel Trujillo Zaragoza
Cristóbal Colón núm. 236
(esq. Quintana Roo)
Ciudad Guzmán, Jal.
C.P. 49000

MICHOACÁN

Morelia
91451 4 44 41
Benjamín Barrales López
Lázaro Cárdenas núm. 1966
1er. piso
Col. Chapultepec Sur
Morelia, Mich.
C.P. 58260

MORELOS

Cuernavaca
9173 12 29 10
12 23 21
Martín Lagar López
Degollado núm. 401
casi esq. con Morelos
Centro
Cuernavaca, Mor.
C.P. 62000

NAYARIT

Tepic
9132 12 34 57
Rafael Mascorro Toro
Lerdo núm. 162, desp. 205
Edif. Nava, 1er. piso
Centro
Tepic, Nay.
C.P. 63000

NUEVO LEÓN

Monterrey
9183 43 74 82
43 74 48
Francisco Javier Núñez
Rodríguez
Diego de Montemayor
núm. 432 Sur entre
5 y 15 de mayo
Centro
Monterrey, N.L.
C.P. 64000

OAXACA

Oaxaca
9155 16 81 66
Jorge Vargas Guzmán
Xicoténcatl núm. 419
Despachos 6 y 7
Centro
Oaxaca, Oax.
C.P. 68000

PUEBLA

Puebla
9122 46 15 22
46 18 11
46 17 60
Roberto Arteche Lugo
Av. Juárez núm. 1706
desp. 105, Col. La Paz
Puebla, Pue.
C.P. 72160

QUERÉTARO

Querétaro
91463 4 43 57
Martín Gutiérrez Ledezma
5 de mayo núm. 127 altos
Centro
Querétaro, Qro.
C.P. 76020

QUINTANA ROO

Chetumal
91983 2 03 21
2 69 52
Víctor Salgado Pedraza
Av. Álvaro Obregón núm. 291
Chetumal, Q. Roo
C.P. 77000

Cancún (Representación)
91988 7 28 77
Miguel Salcedo Hernández
Av. Tulúm núm. 1
(esq. Chichén-Itza) S.M. 23
Centro
Cancún, Quintana Roo
C.P. 77500

SAN LUIS POTOSÍ

San Luis Potosí
91481 4 66 66
2 36 36
Pilar Trespalacios Sosa
Venustiano Carranza
núm. 485
San Luis Potosí, S.L.P.
C.P. 78001

SINALOA

Culiacán
91671 4 08 80
ext. 326
Dolores Galindo de Gutiérrez
Av. Lázaro Cárdenas núm. 531
Centro
Culiacán, Sin.
C.P. 80000

Mazatlán
Magdalena González
de Lizárraga
Belisario Domínguez
núm. 1800 Nte.
Mazatlán, Sin.

SONORA

Hermosillo
91621 4 22 44
5 25 44
4 61 66
Matamoros y Sonora
local núm. 3
Edificio "Combate"
planta alta
Centro
Hermosillo, Son.
C.P. 83000

Cd. Obregón
(Representación)
91641 3 17 36
Martín Campas Flores
Edif. Presidencia Municipal
5 de Febrero (entre
Hidalgo y Allende)
Centro
Ciudad Obregón, Son.
C.P. 85060

TABASCO

Villahermosa
91931 4 31 22
Gladys Gatica Ramírez
Juárez núm. 432 (altos)
Centro
Villahermosa, Tab.
C.P. 86000

TAMAULIPAS

Cd. Victoria
91131 2 66 31
2 66 39
Jorge Islas Aguirre
Av. Allende Ote. núm. 1138
Centro
Cd. Victoria, Tamaulipas
C.P. 87000

Tampico Madero
(Representación)
Raquel Nieto Mar de Lerma
Palacio Municipal
Calle Colón y Carranza
C.P. 89000

TLAXCALA

Tlaxcala
91246 2 20 22
Eunice Paz Fragoso
Av. Guerrero núm. 10
Centro
Tlaxcala, Tlax.
C.P. 90000

VERACRUZ

Jalapa
91281 8 36 43
Julio César Sosa Miros
Rojas núm. 9
Centro
Jalapa, Ver.
C.P. 91000

Veracruz
(Representación)
Enrique Parada García
Zamora núm. 411
2º piso entre Madero y
5 de mayo
Centro
C.P. 91703

YUCATÁN

Mérida
9199 21 36 00
Jorge Rivero Aguilar
Calle 61 núm. 444
(entre 50 y 51), Centro
Mérida, Yuc.
C.P. 97000

ZACATECAS

Zacatecas
91492 3 19 24
Guillermo Esparza Elías
Carretera Panamericana
km 4 tramo carr.
Guadalupe-Zacatecas
Zacatecas, Zac.
C.P. 98000

DISTRITO FEDERAL

5 59 73 77
ext. 203
Laura Breña Huerta
Insurgentes Sur
núm 1228 (anexo)
Tlacoquemécatl del Valle
C.P. 03210

Oficinas de información y orientación del INCO en el Distrito Federal

ALVARO OBREGON

Rinconada de Jesús s/n
Pueblo de Santa
Rosa Xochiac
C.P. 01830

AZCAPOTZALCO

651-69-66
Plaza Azcapotzalco, 16 de
Septiembre esq. Avenida
Azcapotzalco
Col. Villa Azcapotzalco
C.P. 02000

BENITO JUAREZ *

Responsable:
Nora Bustamante Fernández
Oficinas delegacionales
Av. Cuauhtémoc núm. 1240
Col. Del Valle
C.P. 03210

COYOACAN *

Responsable:
Martha Elena Ruiz Millán
Pacífico núm. 181
Col. Del Carmen Coyoacán

CUAJIMALPA

812-19-09
Av. Veracruz núm. 130
Col. Pueblo de Cuajimalpa
C.P. 05000

CUAUHTEMOC *

Centro Comunitario
Cuauhtémoc
Bocanegra núm. 24
Col. Morelos
C.P. 06200

GUSTAVO A. MADERO

781-33-57
Oficinas Delegacionales
5 de Feb. y Vicente Villada
Col. Villa Gustavo A. Madero
C.P. 07550

IZTACALCO

558-12-41
"Centro Social Leandro Valle"
Sur 8 esq. Rojo Gómez
Col. Agrícola Oriental
C.P. 08420

IZTAPALAPA

691-10-33
Av. Prolongación Periférico
(frente al Monumento a
Vicente Guerrero)
Col. U. Vicente Guerrero
C.P. 09200

MAGDALENA CONTRERAS

568-48-64
Álvaro Obregón núm. 1616
Col. Barranca Seca
C.P. 10580

MIGUEL HIDALGO

399-64-61
569-80-88
Centro Social José María
Morelos y Pavón
Lago Ernie y
Lago Trasimenio
Col. Pensil
C.P. 11430

MILPA ALTA *

DIF "Villa Milpa Alta"
Boulevard carretera
Milpa Alta, San Antonio
Tecomil

TLAHUAC *

915-842-12-00
Calle 10 esq. con
Calle 9
Col. Santa Cecilia
C.P. 01310

TLALPAN

Responsable:
Adalberto Montiel Urbano
Deportivo "General Rodolfo
Sánchez Taboada"
Calles de Tekal e Izamal s/n
Col. Torres de Padierna
C.P. 14209

VENUSTIANO CARRANZA

Responsable:
José Luis Sosa C.
Explanada de la Delegación
Francisco del Paso y
Troncoso esq. Fray Servando
Teresa de Mier
C.P. 15000

XOCHIMILCO

676-30-79
Antiguo camino a
Nativitas núm. 314
Col. Xaltocan
C.P. 16090

* Próxima Inauguración

¡ESTA INFORMACION LE PUEDE SERVIR PARA AHORRAR MILES DE PESOS!

¿Sabe cuáles son sus derechos como consumidor? ¿Conoce los precios oficiales de los artículos básicos? ¿Qué hacer antes de comprar un auto usado? ¿Como elegir profesión? ¿Está al tanto de los mecanismos ocultos de la publicidad? ¿Conoce cuál es la mejor opción en materia de servicios médicos, escuelas particulares, arrendamiento de vivienda o servicios automotrices? ¿Sabe como preparar en casa distintos productos como jamón, mayonesa, champú, etcetera? Para obtener esta y mucha información más, suscríbase a la Revista del Consumidor. Sus páginas incluyen temas de actualidad y amenas secciones que le serán de gran utilidad para aprovechar mejor el ingreso familiar. Recuerde que un buen consumidor necesita estar bien informado.

En pantimedias conozca las mejores marcas. Revista núm. 167, enero de 1991.	Uno de los productos de mayor demanda entre la población femenina son las pantimedias. Sin embargo, aunque en el mercado existe una gran variedad de marcas y presentaciones de este tipo de prendas de vestir, la calidad de algunas deja mucho que desear. ¿Quiere conocer cuáles son las mejores?
Estrellas consumidoras y consumistas. Revista núm. 168, febrero de 1991.	El consumo y el consumismo son fenómenos presentes en todos los sectores de nuestra sociedad. En este número de la **Revista del Consumidor** presentamos las opiniones de distintos personajes del cine y la televisión. ¿Sabía usted, por ejemplo, que Silvia Pinal afirma ser "una gran consumista", mientras que Julio Alemán, asegura que en los tiempos actuales nadie puede ser consumista?
El derecho a ser protegido. Revista núm. 169, marzo de 1991.	La Organización de las Naciones Unidas estableció el 15 de marzo como el "Día Mundial de los Derechos del Consumidor". En muchos países del planeta, incluyendo México, se realizan distintas actividades para difundir información útil que permita a los consumidores protegerse contra aquellos productos y servicios que representen un peligro para su vida. ¡Conozca sus derechos y hágalos valer!

¡Suscríbase a la Revista del Consumidor! Llame al 568-87-22, o acuda personalmente a Insurgentes Sur núm. 1228, planta baja, colonia Tlacoquemécatl del Valle, c.p. 03210, México, D.F. Un año (doce números), 25 mil pesos; seis meses (seis números), 12 mil 500 pesos. Tarifa promocional vigente para 1991: reciba 12 números y pague sólo 10.

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. El INCO se encuentra ubicado en Insurgentes Sur núm. 1228, colonia Tlacoquemécatl del Valle, teléfono 559-73-77 (conmutador con 14 líneas directas).
El contenido de los artículos publicados -firmados o no- refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos. Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución Nacional. Tiraje: 35 mil ejemplares. Impreso en los talleres División de Ediciones y Publicaciones, S.A. de C.V., Laguna de Guzmán núm. 64, México, D.F., c. p. 11320.

CARTEL GANADOR DEL 2o. LUGAR EN EL CONCURSO "XV AÑOS DE SOLIDARIDAD CON EL CONSUMIDOR", ORGANIZADO POR EL INCO.

AUTOR: JOSE LUIS GARCIA VALADES

SI DE BOLSILLOS SE TRATA...

EL INCO NUNCA SE APARTA

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

XV AÑOS DE SOLIDARIDAD CON EL CONSUMIDOR

KOBLENZ

Seguramente usted trata de proporcionarles la mejor educación posible a sus hijos. Sin embargo, ¿cuál sería su actitud frente a una persona que indujera a los niños a desperdiciar la comida? Si antes no había pensado en ello, le invitamos a reflexionar sobre una situación similar, tal como lo ofrece el comercial de **Koblenz**, versión "Niños que tiran papas".

En este anuncio aparecen dos niños que se divierten mientras se arrojan papas fritas uno contra otro; en un acercamiento se muestra como pisan la comida, sin que la mamá haga algo para impedirlo y, por el contrario, parece estar de acuerdo con la actitud de los pequeños.

El mensaje que ofrece el anuncio es un mal ejemplo para los niños, sobre todo si se considera que el contenido de los medios masivos, particularmente los comerciales, son importantes transmisores de conductas que el infante absorbe rápidamente.

Si bien es cierto que el anuncio menciona algunas de las principales características del producto, también es cierto que para lograrlo apela preferentemente a conductas negativas.

Por tal motivo este anuncio de **Koblenz** viola el artículo 5 del Código de Etica Publicitaria que establece: "La publicidad apelará preferentemente a actitudes o sentimientos positivos".

Por último, cabría formularse algunas preguntas: ¿acaso no pueden los publicistas apelar a valores positivos para anunciar un producto?, ¿es necesario desperdiciar comida para promover algún bien o servicio? Usted, ¿qué opina?

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

PRUEBAS DE CALIDAD MATERIAL ELECTRICO

QUIEN ES QUIEN EN MATERIAL ELECTRICO

COLECCIONABLE

ISSN0188-2708

Introducción

Entre los accesorios de uso frecuente tanto en el hogar como en oficinas e industrias, los dispositivos eléctricos juegan un papel muy importante, pues de su eficacia dependen, en parte, la seguridad de los usuarios y el funcionamiento adecuado de la instalación.

Con el propósito de conocer la calidad de este tipo de productos, los especialistas del Instituto Nacional del Consumidor, con apoyo de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología, realizaron una investigación de las marcas de mayor penetración comercial de contactos eléctricos, fusibles, interruptores y portalámparas roscados.

Fueron aplicadas pruebas para verificar la información al consumidor, dimensiones, seguridad y aspectos funcionales, entre otras.

Los resultados indican que hay dispositivos que, además de económicos, son seguros; aunque también hay otros que presentan ciertas deficiencias de fábrica y pueden causar descargas eléctricas al momento de manipularlos.

Lo invitamos a conocer cuáles son las marcas de accesorios eléctricos que, por su precio y calidad, son las mejores opciones de compra en el mercado.

Contactos eléctricos

Ficha técnica

Definición: Dispositivos que contienen contactos "hembra" y están conectados permanentemente a la corriente eléctrica. Su función es hacer posible el flujo de energía entre la instalación de la casa y las clavijas.

Tipos analizados: En el presente estudio sólo se consideraron los contactos polarizados y los no polarizados. La diferencia entre ambos es el tamaño de una de las ventanas por donde se introduce la clavija.

Marcas investigadas: Las cinco marcas estudiadas fueron de origen nacional: **PCV** (no polarizado), **Quinziño** (polarizado y no polarizado), **Coloso, Royer y Legrand** (polarizados).

Muestra: Constó de 120 piezas que se adquirieron en tiendas de autoservicio, tlapalerías, ferreterías y establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de material eléctrico, ubicadas en la ciudad de México y zona conurbada.

Descripción de pruebas

Para aplicar las pruebas correspondientes, los especialistas del instituto tomaron como referencia la Norma Oficial Mexicana NOM-J-412-1981, correspondiente a receptáculos (contactos).

Estas fueron:

Información al consumidor: Se verificó que los contactos presentaran en forma clara y en español, información sobre la tensión en volts, corriente en amperes, número de autorización para fabricación, venta y uso; marca del fabricante, leyenda "Hecho en México", tipo de corriente y nombre o razón social del fabricante.

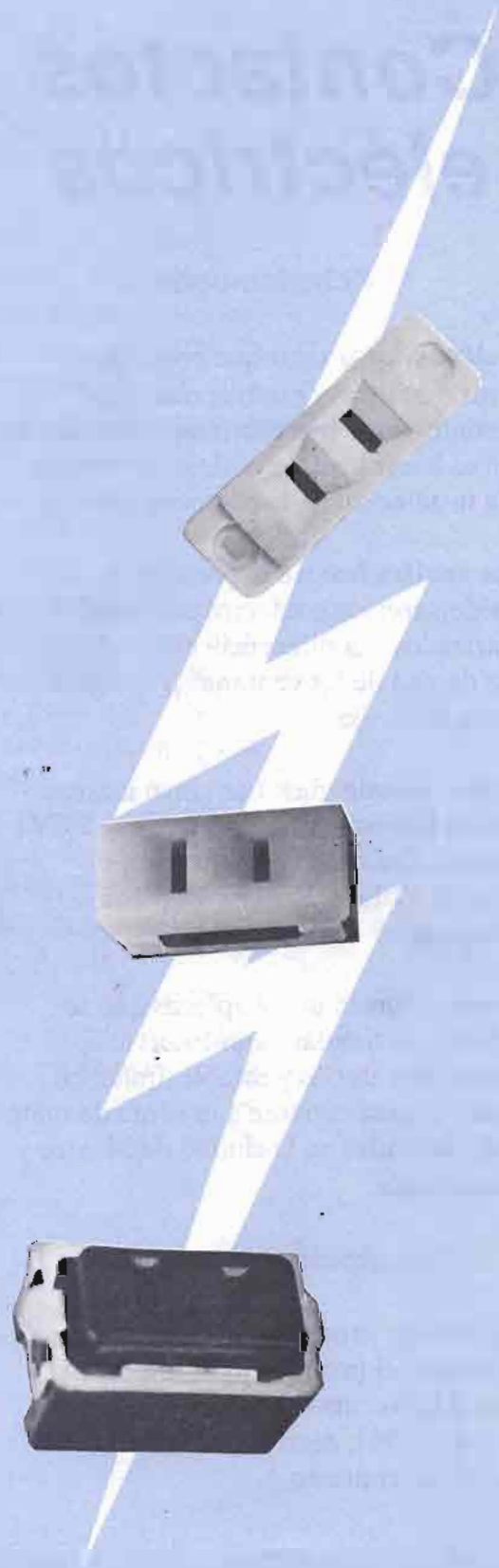
Acabados: En esta prueba se revisó la presencia de irregularidades que pudieran afectar el funcionamiento o seguridad de los contactos (rebabas, partes punzocortantes, abultamientos o roturas).

Dimensiones: Para determinar la capacidad de recepción de la clavija y el flujo de corriente eléctrica, se midieron las dimensiones de las ventanas (largo, ancho y separación entre las mismas). También se observó el tamaño de los tornillos, pues una conexión inadecuada puede causar cortos circuitos.

Seguridad: Se hicieron pruebas de resistencia al aislamiento, rigidez dieléctrica y sobrecarga. La importancia de estos parámetros radica en que muestran cuándo un producto puede originar descargas eléctricas por contacto accidental.

Aspectos funcionales: Se analizó la resistencia de los contactos a la humedad, temperatura, fuerza requerida para retirar las clavijas y comportamiento de éstas ante una sobrecarga de corriente.

Evaluación global de calidad: Después de aplicar las pruebas descritas previamente, a cada una se le asignó un valor numérico que, al sumarse, dio la evaluación del producto en una escala de 0 a 100 puntos. Aquellos que calificaron con menos de 60 fueron



considerados como opciones de compra no recomendables para el consumidor. Este factor fue el mismo en el caso de todos los dispositivos eléctricos analizados.

Es importante destacar que en la evaluación global de calidad se dio prioridad a los aspectos de seguridad para el usuario, así como a las características de funcionamiento, en vista de que ambos parámetros son muy importantes para evitar riesgos en el uso de dispositivos eléctricos.

Resultados

Aunque todas las marcas presentaron completa la información al consumidor, al instalar algunos, ciertos datos importantes para el usuario quedan en la parte interna de la caja.

Sería recomendable que los fabricantes corrigieran esta deficiencia con el propósito de evitar riesgos.

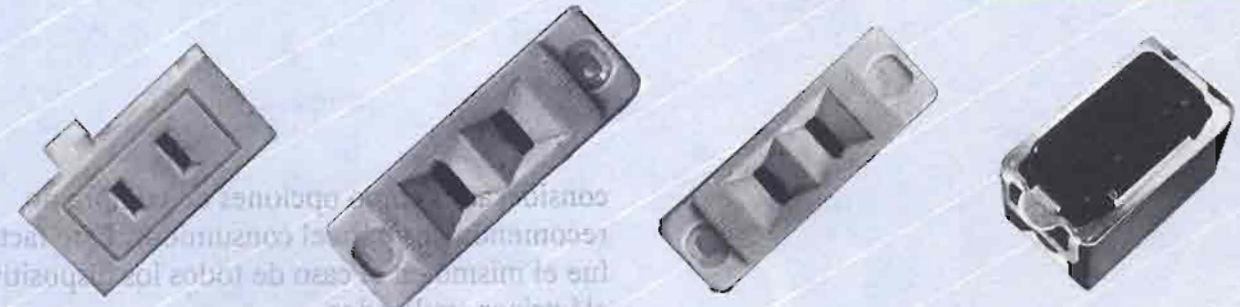
Ningún producto presentó problemas de acabados. Sin embargo, se encontraron deficiencias en las dimensiones de los contactos **Coloso** y **PCV**, las cuales pueden dificultar su instalación.

Las marcas **PCV** y **Quinziño** evaluaron regular en la prueba de envejecimiento, pues el material plástico con que están elaboradas tenía grietas y estaba decolorado.

Con excepción de **Quinziño**, que se zafa fácilmente, los otros contactos evaluaron satisfactoriamente en cuanto a la retención de la clavija y, por lo tanto, son aptos para los tipos de aparatos eléctricos que están conectados permanentemente (radios, televisores y refrigeradores).

En la evaluación global de calidad destacó la marca **Legrand**, pues obtuvo la calificación máxima de 100 puntos; del resto, ninguna obtuvo menos de 60 puntos.

PRUEBAS DE CALIDAD



Contactos eléctricos

				Polarizados				Sencillos	
Marcas				**Legrand**	**Royer (10 A)**	**Royer (15 A)**	**Quinziño**	**Coloso**	**Quinziño**	**PCV**
Marcado	**Tensión en volts**			127	127	127	127	127	127	127
	Corriente en amperes			15 A	10 A	15 A	10 A	15 A	10 A	10 A
	Identificación del fabricante			Presenta	Presenta	Presenta	Presenta	Presenta	Presenta	Presenta
	Número de registro o símbolo NOM-I			NOM-I	No. 2893	NOM-I	NOM-I	NOM-I	NOM-I	NOM-I
	Leyenda "Hecho en México"			Presenta	No Presenta	No Presenta	Presenta	Presenta	Presenta	Presenta
Acabados				Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien
Dimensiones	**Ventanas**	**Largo**	**Polarizado (8.32 a 8.89 mm)**	8.7	8.5	8.6	8.8	8.8	7.2	7.2
			Sencillo (6.73 a 7.24 mm)	7.1	7.2	7.2	7.2	7.8	7.2	7.2
		Ancho	**(1.91 a 2.41 mm)**	2.1	2.3	2.4	2.2	2.3	2.2	2.4
	Separación de las ventanas (12.7 mm)			12.7	12.7	12.7	12.7	12.7	12.7	12.7
	Tornillos	**Calibre (mín. núm. 6)**		8	6	6	9	8	8	8
		Núm. de hilos (36 hilos por pulgada)		36	36	36	36	36	42	36
		Diámetro de la cabeza (7.5 a 8.0 mm)		(1)	7.7	7.7	(1)	7.3	7.5	7.7
Seguridad	**Resistencia de aislamiento (mayor de 10 M)**			Mayor de 200 megaohms						
	Rigidez dieléctrica (mayor de 1250 V)			Mayor de 1250 volts						
	Sobrecarga			Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien
Funcionales	**Comportamiento al envejecimiento**			Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Regular	Regular
	Retención de clavijas (1.3 a 3.0 kgf)			2.7	3.5	3.6	3.6	1.9	1.3	4.5
	Resistencia de contacto (ohms)			Bien	Regular	Regular	Regular	Bien	Regular	Regular
Evaluación global de calidad (máx. 100 puntos)				100	89	89	88	79	74	70

Observaciones:

(1) Cuenta con sistema de sujeción por presión para alambre calibre núm. 14.

Fusibles tipo cartucho

Ficha técnica

Definición: Los fusibles son dispositivos que sirven para proteger las instalaciones contra cargas excesivas de corriente eléctrica. Al existir una sobrecarga, se funden e impiden el flujo de energía.

Tipos analizados: La investigación abarcó a los fusibles para corriente de 30 amperes, con casquillo y con eslabón (renovable y no renovable), que son los más comunes.

Marcas investigadas: Se analizaron seis marcas nacionales (**Classic, Karp, Victory, Mercury, Fuvega** y **Oro**) y una de importación (**Buss**).

Muestra: Fue integrada con 210 piezas adquiridas en autoservicios, tlapalerías, ferreterías y establecimientos que comercializan exclusivamente material eléctrico.

Descripción de pruebas

Al analizar estos productos se tomaron como referencia las Normas Oficiales Mexicanas NOM-J-9-1988, correspondiente a "Fusibles eléctricos para baja tensión de baja capacidad interruptiva"; y NOM-J-41-1964, para las pruebas de inflamabilidad.

Información al consumidor: Se revisó que los fusibles incluyeran, en español y claramente, información sobre la marca del fabricante,

corriente en amperes, tensión en volts, renovable o no renovable, símbolo para su fabricación, venta y uso NOM-I; y leyenda "Hecho en México".

Acabados: Con el propósito de detectar irregularidades que pudieran alterar el buen funcionamiento de los fusibles, se verificó la presencia de rebabas y abultamientos, así como la facilidad para cambiar el eslabón de repuesto (laminilla).

Dimensiones: Este parámetro es muy importante porque medidas inadecuadas pueden causar daños serios en la instalación eléctrica de una casa o edificio. La prueba se aplicó según las especificaciones de la NOM correspondiente.

Seguridad: Se consideraron factores de rigidez dieléctrica, resistencia al aislamiento, aumento de la temperatura en condiciones extremas de operación e inflamabilidad de materiales aislantes.

Aspectos funcionales: En vista de que estos dispositivos casi siempre se encuentran en la parte externa de un inmueble, fue necesario someterlos a pruebas de operación para simular las condiciones en las que pueden funcionar.

Resultados

Sólo tres de las siete marcas analizadas cumplieron con la información completa al consumidor: **Mercury, Fuvega y Karp.**

En las pruebas de acabado los fusibles **Victory, Oro y Classic** evaluaron mal, pues tenían partes punzocortantes en los casquillos.

Las dimensiones fueron deficientes en todas las marcas.

A pesar de que se observó una resistencia adecuada en todos los productos, en las pruebas de fusión por corto circuito, resistencia mecánica y sobrecorriente, se detectaron deficiencias de fabricación que pueden provocar incendios en las cajas; esto fue particularmente grave en la marca importada **Buss.**

Los fusibles que obtuvieron la mejor evaluación de calidad fueron **Fuvega y Mercury,** con 87 y 77 puntos, respectivamente; mientras que **Buss** no alcanzó la calificación mínima de 60 puntos.

Fusibles tipo cartucho

Marca		Fuvega	Mercury	Karp	Oro	Buss (*)	Victory	Classic
Marcado	Nombre del fabricante, marca comercial o símbolo comercial	Fuvega, S.A.	Mercury Electric Products, S.A.	Industrias Karp S.A. de C.V.	Oro	Importado Bussman Cooper. Inc.	Victory	Fusibles de La Laguna
	Corriente en amperes	30	30	30	30	30	30	30
	Tensión en volts	250	250	250 o menos	250	250 o menos	250	250
	Renovable o no renovable	Renovable	Renovable	Renovable	Renovable	No renovable	No presenta	Renovable
	Leyenda "Hecho en México"	Sí presenta	Sí presenta	Sí presenta	Sí presenta	Sí presenta	No presenta	Sí presenta
	Símbolo de autorización "NOM"	Sí presenta	Sí presenta	Sí presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
Acabado		Bien	Bien	Bien	Mal	Bien	Mal	Mal
Dimensiones	Espesor del tubo (mm)	2.61	2.98	2.45	2.43	1.4	2.82	2.66
	Longitud entre terminales (mm) (50.8 ± 0.8)	51.72	50.65	50.42	50.1	20.77	50.65	46.77
	Diámetro externo del tubo (mm) (13.5 ± 0.4)	13.47	13.95	12.75	12.55	13.22	13.37	12.55
	Longitud mínima de los casquillos (mm) (12.7 mínimo)	13.1	13.22	12.20	12.52	12.72	11.82	11.57
	Diámetro externo de los casquillos (mm) (14.27 ± 0.2)	14.35	13.45	14.45	14.35	14.40	14.42	14.37
Seguridad	Incremento máximo de temperatura (máximo 50° C)	46.1	44.9	29.2	40.4	40.6	50.8	44.9
	Alta tensión (mínima 1250 volts)	Bien, soporta 1250 volts						
	Inflamabilidad	Mal	Mal	Mal	Bien	Mal	Mal	Mal
	Resistencia de aislamiento (mínimo 5 megaohms)			Bien, resiste más de 20 megaohms				Bien, resiste más de 20 megaohms
Funcionales	Fusión por sobrecorriente (minutos)	0.8	5.8	1.8	3.4	21.6	2.8	3.3
	Fusión por corto circuito	Operan instantáneamente						
	Resistencia mecánica (2 kgf mín.)	Bien, soporta más de 5 kgf						
Evaluación global de calidad (máx. 100 puntos)		87	77	67	64	50	45	41

Observaciones:
(*) Marca importada

Interruptores

Ficha técnica

Definición: Accesorios cuya función es interrumpir o establecer la circulación de corriente eléctrica por medio de una palanca, tecla o botón.

Marcas analizadas: Se estudiaron cuatro marcas nacionales (**Quinziño, Royer, Iusa y Legrand**), y una de importación (**Luminex**).

Muestra: Se formó con 115 interruptores que fueron adquiridos en establecimientos que venden exclusivamente material eléctrico, tlapalerías, etcétera; de la ciudad de México y zona conurbada.

Descripción de pruebas

En este caso se tomó como referencia la Norma Oficial Mexicana NOM-J-5-1988, correspondiente a "Productos eléctricos, interruptores para instalaciones electrodomésticas en circuitos monofásicos". Las pruebas aplicadas fueron las siguientes:

Información al consumidor: Se comprobó si los interruptores incluían información sobre la marca o razón social del fabricante o importador, número de autorización, venta y uso NOM; leyenda "Hecho en México" o país de origen, tensión en volts y corriente en amperes.

Acabados: Como en los casos de los productos descritos con anterioridad, se revisó que los interruptores no presentaran abultamientos, rebabas, roturas o aristas punzocortantes, a fin de prevenir riesgos al manipularlos.

Dimensiones: Se verificó que la perforación roscada en las terminales correspondiera con la normatividad vigente.

Seguridad: Los parámetros estudiados fueron la resistencia al aislamiento, rigidez dieléctrica y sobrecarga de corriente. Es importante destacar que el uso de productos que presentaron deficiencias en estas pruebas puede causar fallas mecánicas o accidentes.

Aspectos funcionales: Se analizó el comportamiento de los interruptores en condiciones a las que pueden estar expuestos en situaciones de uso normal, tales como resistencia de contacto, aumento de la temperatura en terminales, durabilidad, humedad, temperatura y fuerza de tensión para desprender los extremos.

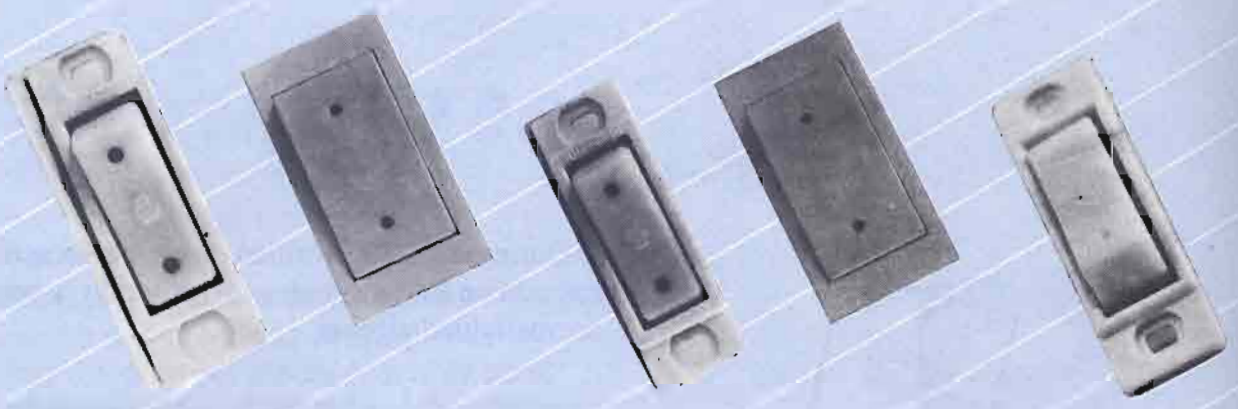
Resultados

Con la única excepción de la marca **Iusa**, todas las demás presentaron completa la información al consumidor.

En cuanto a los acabados y dimensiones, la evaluación también fue satisfactoria, pues no se detectaron deficiencias que pudieran alterar el funcionamiento correcto de los interruptores.

En relación con las pruebas funcionales, **Royer** y **Quinziño** presentaron ciertas irregularidades como oxidación en las terminales y en los tornillos de sujeción del conductor, entre otras.

La evaluación global de calidad fue mayor para **Iusa, Legrand** y **Royer** (100 puntos cada una), por lo que fueron consideradas como buenas opciones de compra.



Interruptores

Tipo		Sencillo					
Marcado	Marca	Iusa	Legrand	Quinziño	Royer	Luminex (•)	Royer (•)
	Número de autorización NOM-I	No presenta	Sí presenta	Sí presenta	Sí presenta	Lo presenta en el empaque	Sí presenta
	Leyenda "Hecho en México"	No presenta	Sí presenta	Sí presenta	Sí presenta	Hecho en Colombia	Sí presenta
	Tensión en volts	250	127	127	127	150	127
	Corriente en amperes	10	10	10	10	10	10
Acabados		Calificaron bien					
Dimensiones perforación roscada (3 hilos de tornillo)		Más de tres hilos					
Seguridad	Resistencia de aislamiento (mín. 5 M)	Mayor de 20,000 M					
	Rigidez dieléctrica (mín. 1250 volts)	Mayor de 1250 volts					
	Sobrecarga (mín. 50 ciclos 15 amp)	Bien	Bien	Bien	Bien	Regular flameo en contactos	Mal fusión de contactos
Funcionales	Resistencia de contacto (menor de 0.02)	0.008	0.00402	0.0020	0.002	0.0076	0.0036
	Incremento de temperatura en terminales (máx. 30°C)	Menor de 9° C					
	Durabilidad (mín. 10,000 ciclos)	Calificaron bien					
	Comportamiento al envejecimiento	Bien	Bien	Regular	Regular	Bien	Bien
	Resistencia de terminales (10 kgf)						
Evaluación global de calidad (máx. 100 puntos)		100	100	95	95	95	90

Observaciones:
(•) Marca importada de Colombia.
(•) Tipo de sujeción a la placa de protección.

Portalámparas roscados

Ficha técnica

Definición: Dispositivos en los que se atornilla una lámpara para conectarla a un circuito eléctrico.

Tipos analizados: Se analizaron los portalámparas roscados de tamaño medio (E-26), para interiores y exteriores, que son los más usuales en casas habitación.

Marcas investigadas: Eplamex, Iusa, Eagle, Fatibak, Royer, Chicago y Sagitarius, todas de origen nacional.

Muestra: Se integró con 135 productos que fueron adquiridos en tiendas de autoservicio, tlapalerías, mercados públicos y comercios dedicados exclusivamente a la venta de material eléctrico, ubicados en la ciudad de México.

Descripción de pruebas

En este grupo de dispositivos se tomó como referencia la Norma Oficial Mexicana NOM-J-24-1979 "Portalámparas roscados tipo Edison".

Información al consumidor: Deben incluir, en idioma español y claramente, información sobre la tensión, potencia, número SC-DGE y, opcionalmente, marca, logotipo del fabricante, leyenda "Hecho en México", tipo de corriente, número de catálogo, nombre o razón social del fabricante.

Acabados: Consistió en revisar visualmente la presencia de irregularidades (rebabas, aristas punzocortantes, etcétera), que pudieran alterar el buen funcionamiento del producto e incluso exponer al usuario a daños físicos.

Dimensiones: Se midió el espesor de la lámina del casquillo y la profundidad de la cavidad en donde se inserta la lámpara.

Seguridad eléctrica: Consistió en aplicar análisis de rigidez y resistencia dieléctrica, temperatura a la sobrecarga, envejecimiento de materiales y contacto eléctrico accidental.

Aspectos mecánicos: Se verificó la resistencia a la torsión y a la tracción.

Resultados

Se detectaron deficiencias en la información al consumidor en seis de las nueve presentaciones investigadas. Las que

cumplieron satisfactoriamente fueron **Iusa, Eagle** y **Royer** (para interiores). En cuanto a los acabados, **Chicago** y **Royer** obtuvieron una evaluación satisfactoria, mientras que **Iusa** presentó rebabas y defectos que pueden dificultar el buen acoplamiento y deteriorar las roscas.

Eplamex cumplió con las especificaciones de profundidad de la cavidad donde se aloja el casquillo del foco y, por lo tanto, no existe riesgo de contacto eléctrico accidental; el resto de las marcas se caracterizó por presentar irregularidades que pueden ser peligrosas.

En todos los portalámparas se observó un comportamiento adecuado en las pruebas de envejecimiento y seguridad mecánica y eléctrica.

Las mejores opciones de compra en productos para exteriores fueron **Royer** (95 puntos) e **Iusa** (90 puntos), mientras que en dispositivos para interiores la mejor marca fue **Eplamex.**

Portalámparas roscados

Tipo		Para exteriores	Para interiores	Para exteriores	Para interiores						
Marca		Royer	Eplamex	Iusa	Iusa	Chicago	Eagle	Fatibak	Royer	Sagitarius	Marca de importación
Información al consumidor	Tensión en volts	No presenta	125	125	250	127	127	125	125	127	No presenta
	Potencia en watts	No presenta	660	660	660	660	660	660	660	660	No presenta
	Número SC-DGE	7774	No presenta	No presenta	194	No presenta	4429	No presenta	3285	No presenta	No presenta
	Marca del fabricante	Royer	Eplamex	Sólo presenta un símbolo o logotipo	Iusa	Chicago	Eagle	Fatibak	Royer	Sagitarius	No presenta
	Leyenda "Hecho en México"	Sí presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
	Tipo de corriente	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
	Nombre o razón social del fabricante	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
	Número de catálogo	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
	NOM-I	Sí presenta	Sí presenta	Sí presenta	Sí presenta	No presenta	Sí presenta	Sí presenta	No presenta	No presenta	No presenta
Acabados		Bien	Regular	Regular	Mal	Bien	Regular		Regular	Regular	Regular
Dimensiones	Espesor de lámina del casquillo (0.254 cobre y sus aleaciones) (0.381 aluminio)	0.301	0.256	0.320	0.274	0.548 (aluminio)	0.459 (aluminio)	0.299	0.269	0.322	
	Cavidad para la lámpara mínimo (23.8 mm) máximo (25.4 mm)	29.3	24.5	27.5	23.5	22.1	21.3	22.9	22.2	20.9	22.9
Envejecimiento de materiales		Resultaron bien									
Rigidez dieléctrica (máximo 0.5 mA)		Menor de 0.1 miliamperes									
Seguridad eléctrica	Temperatura a la sobrecarga (máximo 45 C)	9.0	13.8	9.6	5.85	7.6	9.3	6.5	6.3	8.5	7.5
	Resistencia dieléctrica (2 M mínimo)	Mayor de 20 megaohms									
	Contacto eléctrico (no debe existir)	Bien	Bien	Bien	Bien	Mal	Mal	Mal	Mal	Mal	Mal
Pruebas mecánicas	Resistencia a la torsión (mínimo 20.4 kgf)	Mayor de 25 kilogramos-fuerza									
	Resistencia a la tracción (mínimo 9 kgf)	Mayor de 15 kilogramos-fuerza									
Evaluación global de calidad		95	90	90	81	79	76	75	75	74	70